



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O accede al código QR



EL NEGOCIO DE SER BEYONCÉ KNOWLES-CARTER

OCTUBRE 2024

N.304

4.5 EUROS





LOUIS V



VUITTON

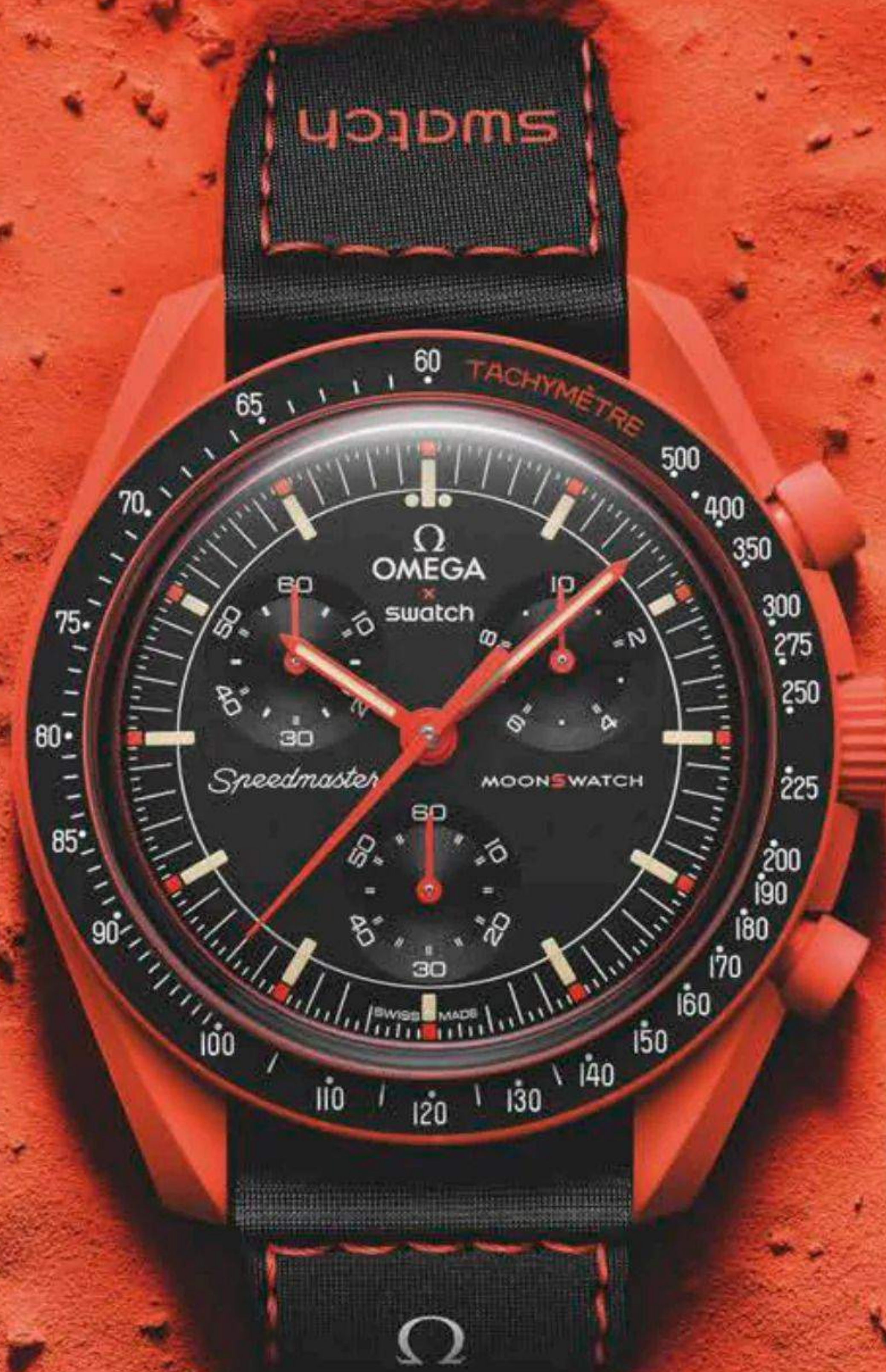


PRADA



BIOCERAMIC
MOON^SWATCH
COLLECTION

MISSION ON EARTH LAVA



Ω
OMEGA
×
swatch[®]+

Solo disponible en las tiendas Swatch seleccionadas

BIOCERAMIC
MOON **S**WATCH
COLLECTION

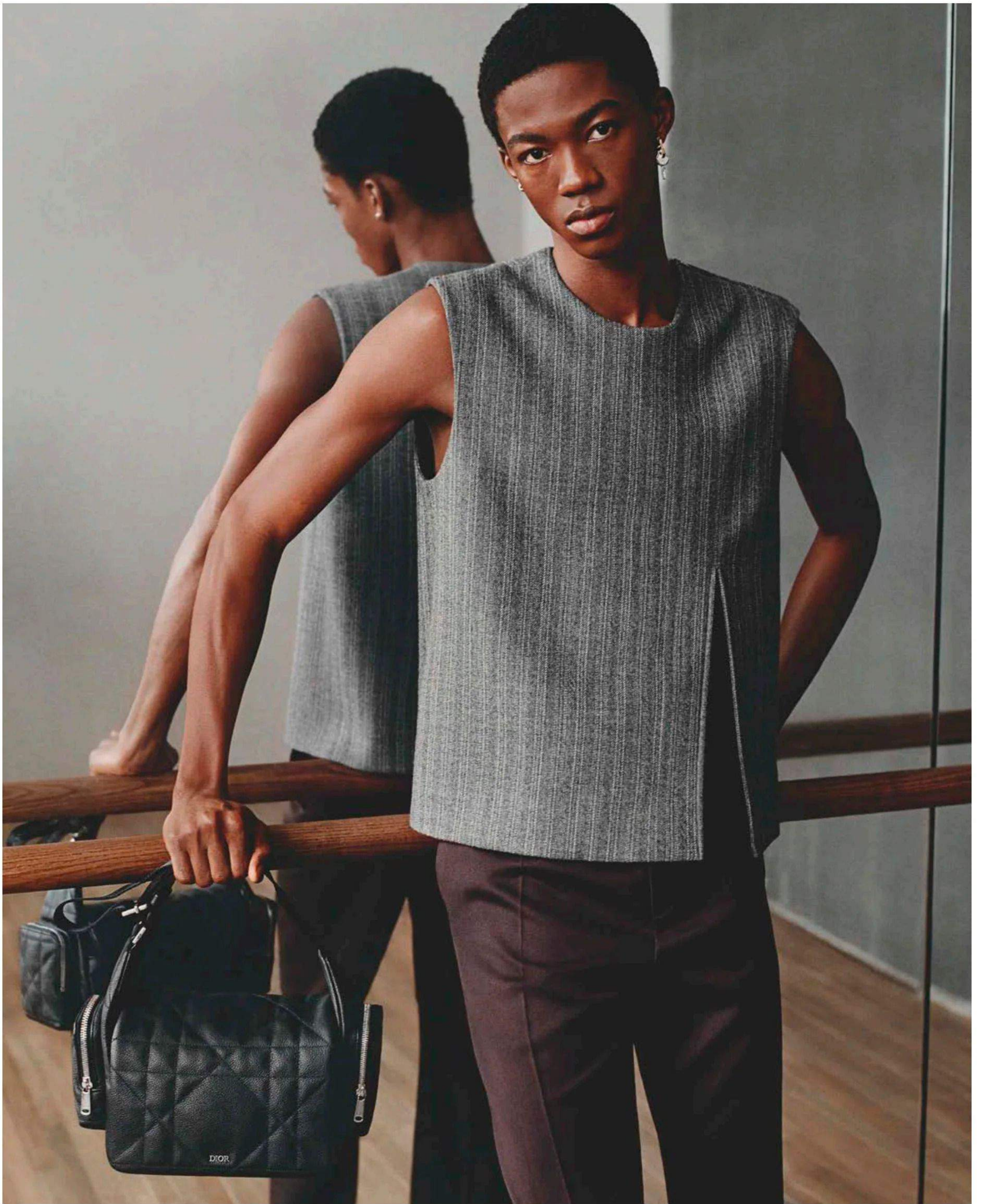
MISSION ON EARTH *DESERT*



Ω
OMEGA
×
swatch 

Solo disponible en las tiendas Swatch seleccionadas





DIOR

DESCUBRE LA NUEVA COLECCIÓN
CON ANTOINE GRIEZMANN



MANGO



Octubre

GQ World



Tilda Swinton..... 27

Lorena González..... 32

Drops..... 36

Tendencias..... 42

‘Charms, chains & tchotchkes’..... 50

Relojes..... 58

Reportajes

Beyoncé..... 64

Mario Casas y Rodrigo Cortés..... 78

Moda..... 86

Wes Lang..... 102

Nuevas reglas para vestir bien..... 108

Notre Dame..... 114

Pijos..... 120

End

Coches eléctricos..... 125

Vacas de proximidad..... 130

Motor..... 135

En portada



Fotografiada por Bryce Anderson, y con estilismo de Katie Grand, Beyoncé viste (en el cartel) vestido **Miu Miu**, collar **Graff**, pendientes **Lorraine Schwartz Fine Jewelry** y guante **Thomasine**. Arriba a la izda.: camiseta **Louis Vuitton Men's**, vaqueros **Levi's**, cinturón de la estilista, botas **Maison Margiela**, sombrero de la estilista **Stetson**, pendiente y anillo (en la mano derecha) **Lorraine Schwartz Fine Jewelry**, collar **Cartier High Jewelry**, anillo (en la mano izquierda) **Jacob & Co**, pulsera (en la mano derecha, arriba) **Briony Raymond**, pulsera (en la mano derecha, abajo) **Tiffany & Co**. En los extras (abajo): Looks completos **Phipps**. Botas **Phipps x Grenson**. Sombreros de la estilista.

Historias

→ **TENDENCIAS**
Pasarelas
Echa un vistazo a nuestro resumen de lo que se llevará (llevarás) esta temporada.



← **MANUAL**
Estilo para todos
Descubre las nuevas reglas para vestir bien en la era de la moda inclusiva.



← **'ESCAPE'**
Mario y Rodrigo
Actor y director saltan al vacío en una película autoral basada en el libro de Enrique Rubio y producida por Martin Scorsese.

ILUSTRACIÓN: ANA MIMINOSHVILI (NUEVAS REGLAS PARA VESTIR BIEN). FOTOGRAFÍAS: FILIPPO FIORI/GORUNWAY.COM (TENDENCIAS, EL MODELO VISTE EMPORIO ARMANI), FLAVIO ORSOLATO (MARIO CASAS Y RODRIGO CORTÉS, MARIO VISTE JERSEY BLAUER, PANTALONES GUESS MARCIANO, Y CINTURÓN VINTAGE, RODRIGO LLEVA POLO DE PUNTO SANDRO, PANTALONES H&M, CINTURÓN VINTAGE Y RELOJ PROPIO IAG HEUER).



FENDI

ROMA

Octubre



Nuestra historia de portada con Beyoncé Knowles-Carter al completo, en la página 58.

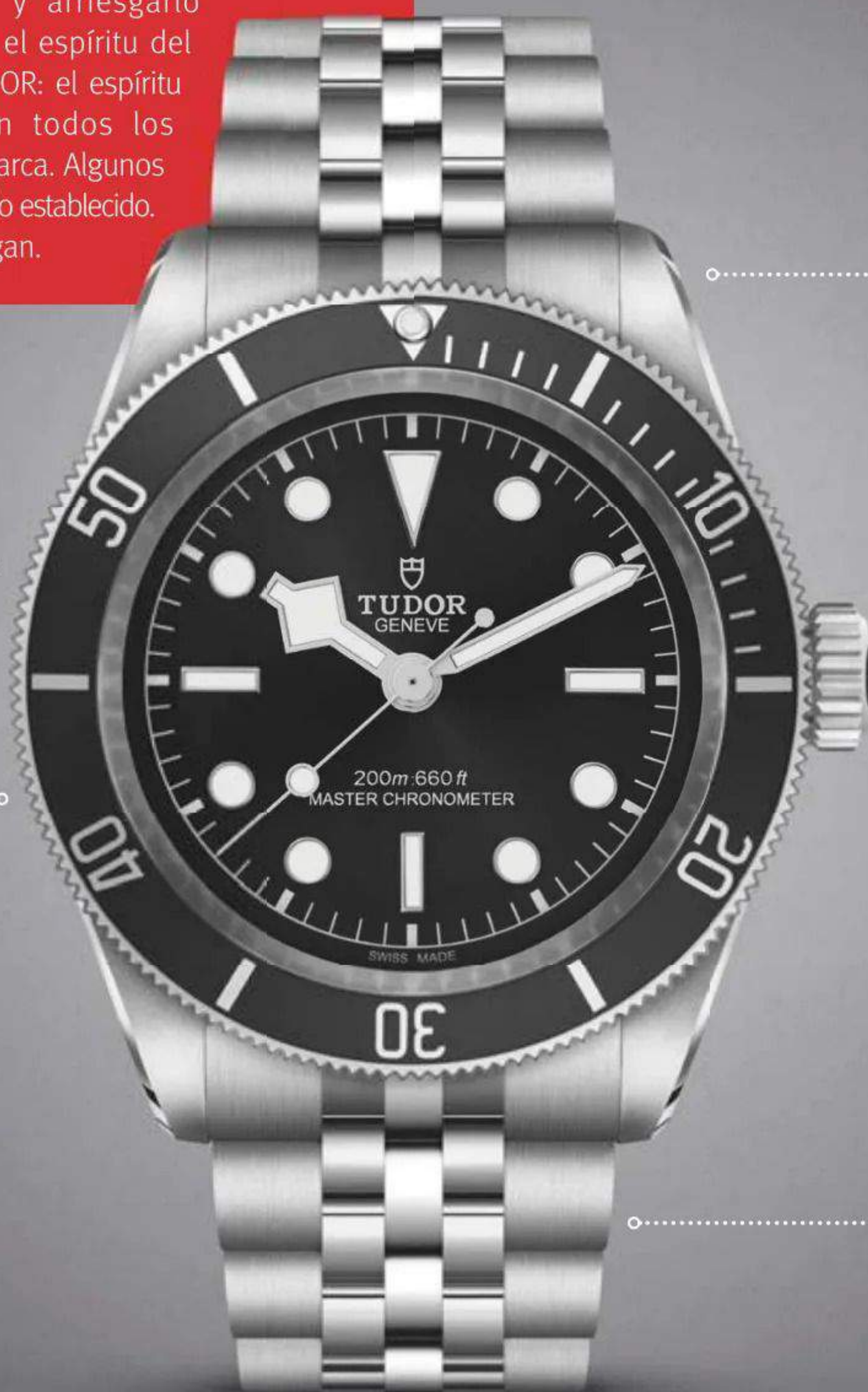
Vestido **Rick Owens**. Pendientes **Boucheron**.



TUDOR

BORN TO DARE

¿Qué es lo que nos hace grandes? ¿Enfrentarse a lo desconocido, aventurarse por lugares inexplorados y arriesgarlo todo? Este es el espíritu del que nació TUDOR: el espíritu que encarnan todos los relojes de la marca. Algunos prefieren seguir lo establecido. Otros se arriesgan.



Agujas «Snowflake»

Un distintivo de los relojes de submarinismo de TUDOR desde 1969



Calibre de manufactura

MT5602-U con reserva de marcha de 70 horas «a prueba de fines de semana», espiral de silicio, certificación oficial del COSC y certificación Master Chronometer del METAS



Caja de 41 milímetros
en acero inoxidable 316L



Garantía transferible de cinco años sin necesidad de registro ni de revisiones de mantenimiento periódicas

BLACK BAY



GRASSY

MADRID 1929

GRAN VÍA 1, MADRID • 915 321 007
JOSÉ ORTEGA Y GASSET 17, MADRID • 915 779 435
WWW.GRASSY.ES



HEAD OF EDITORIAL CONTENT
Daniel Borrás
daniel.borras@condenast.es

DIRECTOR CREATIVO
Ángel Perea Malo
angel.perea@condenast.es

DIRECTOR DE ARTE
Fer Vallespín
fernando.vallespin@condenast.es

DIRECTORA DE MODA
Joana de la Fuente
jdelafuente@condenast.es

REDACTOR JEFE
Héctor Izquierdo
hizquierdo@condenast.es

JEFA DE MAQUETACIÓN
Cristina González Vieco
cgonzalez@condenast.es

TALENT ASSOCIATE EDITOR
Loreto Quintanilla

Redacción
Noel Ceballos
nceballos@condenast.es

F. Javier Girela
jgirela@condenast.es

Néstor Parrondo
nestor.parrondo@condenast.es

Víctor González
victor.gonzalez@condenast.es

Marta Caro
marta.caro@condenast.es

ASSOCIATE SOCIAL MEDIA
MANAGER
Christian Rodríguez

Arte
Elena Calvo
elena.calvo@condenast.es

Nuria Sanchez
nuria.sanchez@condenast.es

Juan Manuel Vallespín
juanmanuel.vallespin@condenast.es

Juan Velázquez
juan.velazquez@condenast.es

**Han colaborado
en este número**
REDACCIÓN
Guillermina Carro

MODA
Juan Luis Ascanio

ARTE
Estudio Kembeke

FIRMAS
Bryce Anderson, Adrián A. Astorgano, Rosecrans Baldwin, Nico Bustos, John Carey, Murray Clark, Ricardo F. Colmenero, Rowan Corr, Bowen Fernie, Haley Gilbreath, Katie Grand, Joshua Hammer, Felipe Hernández, Manuel Jabois, Kensausage, Nicholas Maggio, Benjamin McMahon, Ana Miminoshvili, Angelo Mitakos, Ashley Olah, Corey Olsen, Flavio Orsolato, Olivia Ovenden, Daniel Riera, Beatriz Roldán, Silvia De La Rosa, Octavio Salazar, Brandon Tan, Frazier Tharpe, Yang-Yi Goh, Patrick Zachmann

Publicidad
DIRECTORA COMERCIAL DE GQ
Esther González Cea

MADRID
JEFE DE PUBLICIDAD
Amaia Muruamendiaraz

BARCELONA
JEFES DE PUBLICIDAD
Judith Mases
Noelia González

COORDINACIÓN
Mercedes González
Flor Barbero

DELEGACIÓN ITALIA
Elena Marseglia

EDITORIA EJECUTIVA
INTERNACIONAL
Emily Sussman

SYNDICATION & PHOTO
Reyes Domínguez (directora)

SENIOR PRODUCTION MANAGER
Enrique Grau

PRODUCCIÓN
Fernando Bohúa, Juan Ignacio Bocos

ADMINISTRACIÓN
Rocío Lozano

Creative Studio
DIRECTOR
Jorge Madrid

HEAD OF CREATIVE MARKETING,
PRODUCTION & DELIVERY
María Jiménez

BRAND MARKETER
Rafa Fos

DELIVERY MANAGER
Laura García

PRODUCTION MANAGER
Ruth Varillas

IP EVENTS MANAGER
Verena Bustillo

BRANDED EVENTS MANAGER
Mónica Guirao

CNE España
HEAD OF PROGRAMMING &
DEVELOPMENT
Marcos Chamizo

PROGRAMMING LEAD
David Fernández

PRODUCCIÓN
Sara Ramos

EDICIÓN
Almudena Molero, Raquel Bravo

Condé Nast Europe
MANAGING DIRECTOR EUROPE
Natalia Gamero del Castillo

DEPUTY MANAGING DIRECTOR
EUROPE
Anita Gigovskaya

VP FINANCE EUROPE
Juan Manuel Martín-Moreno

SENIOR VICE PRESIDENT PEOPLE
David de la Iglesia

VP, GLOBAL REVENUE & DIGITAL
STRATEGY, EUROPE
Lina Calzado

HEAD OF LEGAL EUROPE
Daniella Paletti

DIRECTOR OF ENGINEERING,
SPAIN & GLOBAL CUSTOM
SOLUTIONS
Rafael Martínez

DIRECTOR, GLOBAL AUDIENCE
PLANNING & OPERATIONS,
EUROPE
Luis Peralta

Ediciones Condé Nast SL
CONSUMER MARKETING
DIRECTOR
Beatriz Sánchez Guillén

FINANCE DIRECTOR
Raquel Martín Santo Tomás

CHIEF BUSINESS OFFICER
Elena Ferreras

PEOPLE DIRECTOR
Ana Ruiz

CONDÉ NAST COLLEGE
DIRECTOR
Ana García-Siñeriz

COMMUNICATION DIRECTOR
Alberto Pereira

GQ Global
GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
(U.S.)
Will Welch

DEPUTY GLOBAL EDITORIAL
DIRECTOR (BRITISH GQ)
Adam Baidawi

HEAD OF EDITORIAL CONTENT,
GQ GERMANY
Tobias Frericks

HEAD OF EDITORIAL CONTENT,
GQ INDIA
Che Kurrien

HEAD OF EDITORIAL CONTENT,
GQ ITALY
Federico Sarica

HEAD OF EDITORIAL CONTENT,
GQ JAPAN
Jun Ishida

HEAD OF EDITORIAL CONTENT,
GQ MEXICO & LATIN AMERICA
Alejandro Ortiz

HEAD OF EDITORIAL CONTENT,
GQ TAIWAN
Kevin Wang

GLOBAL DIRECTOR OF EDITORIAL
OPERATIONS
Sarah Schmidt

GLOBAL CREATIVE DIRECTOR
Roxanne Behr

GLOBAL CONTENT DEVELOPMENT
DIRECTOR
Daniel Riley

GLOBAL DIRECTOR OF CONTENT
STRATEGY
Joel Pavelski

GLOBAL ENTERTAINMENT
DIRECTOR
Dana Mathews

GLOBAL STYLE DIRECTOR
Noah Johnson

GLOBAL ASSOCIATE FASHION
DIRECTOR
Miles Pope

GLOBAL COMMERCE CATEGORY
DIRECTOR, GQ/FASHION
Martin Mulkeen

GLOBAL VIDEO PROGRAMMING &
STRATEGY DIRECTOR
Leo Fernandez

EXECUTIVE GLOBAL DIRECTOR,
AUDIENCE DEVELOPMENT,
SOCIAL MEDIA & ANALYTICS
Stephanie Williams

GLOBAL DESIGN DIRECTOR
Keir Novesky

GLOBAL VISUALS PRODUCTION
DIRECTOR
Victoria Graham

GLOBAL PRODUCTION DIRECTOR
Jim Gomez

GLOBAL RESEARCH DIRECTOR
Mick Rouse

GLOBAL CONTENT PLANNING
MANAGER
Becca Peters

EUROPEAN DIRECTOR OF
AUDIENCE DEVELOPMENT,
SOCIAL & ANALYTICS
Neha-Tamara Patel

© EDICIONES CONDÉ NAST, S. L.
DEPÓSITO LEGAL: M-25924-2012

MADRID
Paseo de la Castellana, 9-11. 28046
Madrid. Tel.: +34 917 004 170.
E-mail: gq@condenast.es

PARÍS
3, Avenue Hoche. 75008 Paris.
Tel.: +33 (0)1 5343 6951.

NUEVA YORK
1 World Trade Center. New York,
NY 10007. Tel.: +1 (212) 286-2860.

CONDÉ NAST ESPAÑA es una empresa sostenible certificada por



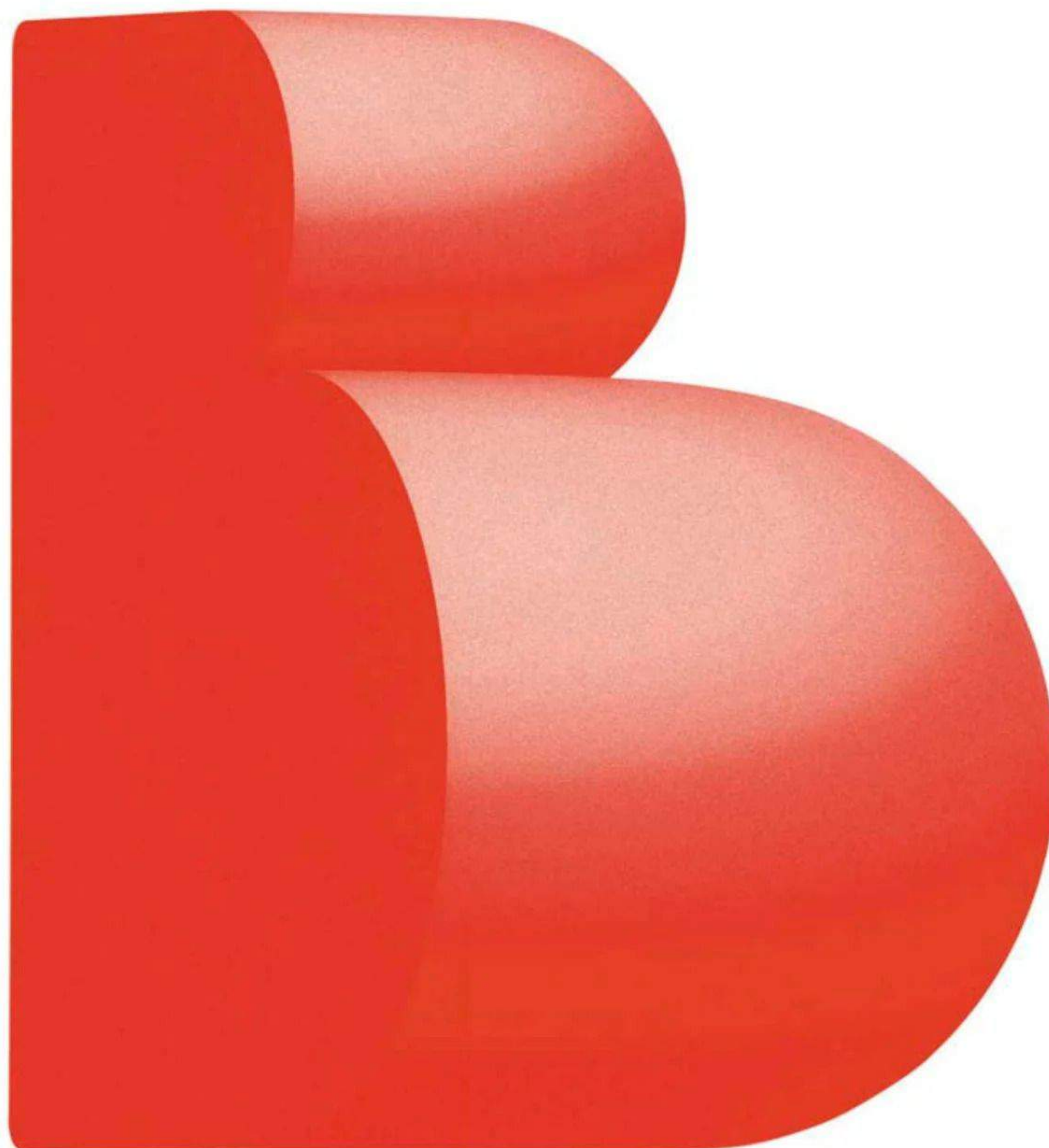
Acceso al certificado en la página web de la revista

GQ no se hace necesariamente responsable de las opiniones vertidas por los colaboradores en sus artículos. © Ediciones Condé Nast, S.L. Reservados todos los derechos. Prohibida su cita, reproducción, edición o transmisión total o parcial por cualquier medio y en cualquier soporte sin la autorización escrita de Ediciones Condé Nast, S. L. Diríjase a CEDRO si necesita reproducir algún fragmento de esta obra: www.conlicencia.com.

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: NIMA BENATI © GUESS?, INC. 2024

GUESS

GUESS.EU



SI UNO HACE el ejercicio de ponerse *Kiss FM* en el coche o en la televisión mientras friega los platos en casa (no subestimen el poder de escuchar la radio en la pantalla, es un placer culpable poco conocido y muy útil), podrá escuchar clasicazos de esos de los Dire Straits, Ryan Paris —el *italodisco* existe—, Queen, una española buena tipo Nacha Pop, y con suerte alguna de John Waite. ¿Y nada por encima de los años 2000? Por supuesto que sí, esa época ya es *vintage*. De hecho, toda esta reflexión desemboca en este punto exacto: me la juego y digo que sonará, por ejemplo, *Crazy in Love* (2003) de Beyoncé. Alguna de Adele, alguna de Sia, no sé, pero casi seguro que esta de Beyoncé. *Halo*, podría ser también.

¿Dónde quiero ir a parar? Pues a que inevitablemente ‘Queen B’ se ha convertido en un clásico de la música como las anteriores décadas y generaciones generaron otros clásicos. Que en un entorno y una era donde la música pasa rapidísimo, sobreviven pocas cosas en nuestro imaginario colectivo, pero ella lo está consiguiendo. Es incuestionable que la artista se ha convertido en un clásico moderno; capaz de seguir creando éxitos globales y masivos y al mismo tiempo dejando canciones para la historia. Ocurre a menudo

con la creación que todo lo que hoy es anécdota, quizá mañana se convierta en discurso, y Beyoncé ya ha dado ese salto imposible que lanza a los mitos desde la creación contemporánea hasta la inmortalidad. ¿Estoy exagerando? Puede que un poquito sí, pero la realidad dentro de 25 años no será muy distinta a este escenario. Beyoncé será recordada, seguro.

Tiene canciones como camiones de grandes, momentos de esos de iconografía pop (el *look* en *Single Ladies*, cuando reveló que estaba embarazada en directo, esos anuncios de bebidas refrescantes), una familia (casi) más famosa que ella misma, bastantes historias que contar. La artista concede pocas entrevistas y no siempre se presta a las fotos, así que tenerla en GQ es algo importante para todos. Habrá quien considere la música como algo un poco menor. No estamos del todo de acuerdo. Recuerda que quizá la música no salvará al mundo, pero seguro que convertirá tu día en algo mucho mejor que si no tuviera banda sonora de fondo. ❧

Daniel Borrás

HEAD OF EDITORIAL CONTENT GQ ESPAÑA



CARRERA

CHASING DREAMS SINCE 1963



BOUTIQUES TAG HEUER
ANDORRA, GIBRALTAR, GRAN CANARIA, MADRID, VALENCIA



Licor Café

Vivir en columna

HACE UNOS años leí con gusto, y el objetivo de hacer un prólogo, *Cien formas de romper un glaciar*, la recopilación de columnas en *La Vanguardia* de Carlos Zanón. Y leyendo y escribiendo casi al mismo tiempo, reparé en eso tan fantástico de vivir en columna. Debo decir, y así dejé escrito, que leí el libro con placer súbito, que es el que procuran las columnas —un placer rápido momentáneo que uno puede recuperar cuando quiera— por la razón de no haberlas escrito yo: por la razón de imaginarme a otro escribiéndolas. Ese placer que da estar en casa arropado con una manta en invierno, empezando una buena peli mala (una de esas películas tan radicalmente tóxicas que enganchan peor que la heroína) mientras el otro va de un bar a otro con los pies encharcados por la lluvia. O sea, mientras uno escribe la columna y el otro la lee. Porque escribir columnas exige no el sacrificio de pensar, que también, y de escribir, que no es menor, sino el de ‘vivir en columna’, una costumbre que puede destruir una vida en el mejor de los casos, o multiplicarla en el peor.

‘Vivir en columna’ es andar por la calle viendo esto y aquello pensando “esto puede ser una columna”, hablar con alguien y pensar “esta conversación puede ser una columna”, enamorarse y no dudar: “esto es una columna”, desenamorarte y tener claro que ahí “hay una columna”, tener un hijo (“buf, columna de premio”), perder a un abuelo (“esto va a partir en dos a mis lectores, que se jodan, no voy a llorar yo solo”), mudarse (“qué interesante es mi vida, voy a contarla, seguro que nunca nadie se mudó”) o lo que sea. Cosas que hago, en fin, semanalmente. Y con ser esto grave, no es lo peor: lo peor no es hacer cosas y contarlas, sino hacerlas para contarlas. Ha habido casos de columnistas en sequía, amenazados por el despido, que tuvieron un hijo para disponer al menos de una docena de buenas columnas con esa experiencia tan absurda, ilógica y terriblemente original que es la de que un ser humano nazca, lllore, cague y crezca. Seguro que alguno, acuciado por la hora de cierre, desenchufó al abuelo. Y otro que se metió una noche de 2018 en club de intercambio de parejas para tener algo que contar, con tan buena suerte que estamos aún esperando sus columnas, y que salga del club, de paso.

Vivir en columna, básicamente, es pasar la semana con una cuenta atrás en la cabeza que termina con el *deadline*. Y, como a los

solteros desesperados, los demás lo saben; los demás te rehuyen, los demás no quieren saber nada de ti porque no quieren salir en tu columna. Hay columnistas que siguen pensando que sacar a alguien en una columna es digno de orgullo. “Mañana te saco en la columna” es la frase más terrorífica de la historia; “prefiero salir en Sucesos, hijo de la gran puta”, dan ganas de contestar. “Mañana te saco en la columna”, le dije a mi madre una vez. “Pero qué necesidad”.

Qué necesidad de sacarme, qué necesidad de contármelo, qué necesidad de que escribas columnas, qué necesidad de que existas, ¿no estaba muerto el periodismo ya?, ¿qué hacéis todos muertos escribiendo? Y hasta aquí mi primer desahogo, el desahogo de un tipo que escribe una docena de reportajes, crónicas y entrevistas al mes yendo de un lado a otro, y una columnita a la semana, y a donde va le dicen: “Mira, el columnista, ése trabaja en bata y tiene servicio doméstico”. “Mañana os saco en la columna”, contesto fúnebre. Molesta básicamente por una razón: los escritores que escriben columnas tienden (itendemos!) a poner “escritores” en la tarjeta de visita (un escritor de visita, ¿te imaginas?, lo que faltaba), pero en su nómina, poca o mucha, pone “columnista”. ❧

MANUEL JABOIS es periodista y escritor.



El poder de elegir.

**Eléctrico. Híbrido Enchufable. Combustión.
Tú decides.**

Para cada estilo de vida, hay un Mercedes-Benz.
Cuando cuentas con una amplia gama de motorizaciones,
tienes el poder de elegir el modelo que mejor se adapta
a tus necesidades. Cualquier elección es la perfecta.

Mercedes-Benz

Consumo mixto: desde 0,6 hasta 25,5 Emisiones de CO₂:
desde 0 hasta 291.





Las costumbres del sol

Unas escuelas de película

SUPONGO QUE la mayoría de las mujeres y de los hombres de mi generación tenemos muchos recuerdos ligados al cine. A la experiencia de vivir en una sala a oscuras, y rodeados de extraños, ese singular proceso que te lleva a empatizar con otros, a emocionarte con vivencias ajenas y a abrir ventanas en un mundo que, al menos entonces, era mucho más pequeño que el presente. Aunque es cierto que en la actualidad consumimos más productos audiovisuales que nunca, el ritual de ir al cine se ha convertido en minoritario y me temo que estamos educando a generaciones que carecerán de memoria cinematográfica. Quizás porque para los y las más jóvenes lo relevante es vivir acontecimientos puntuales, apurar instantes hasta el máximo y dejarse arrastrar por un presente que les cortocircuita la melancolía y les ahorra los augurios. Todo eso además en el contexto de una soledad narcisista que tan mal casa con las exigencias conversacionales de la democracia.

Las películas, que siempre han sido para mí espejo y ventana, contribuyen a forjar eso que la historiadora Lynn Hunt denomina “empatía imaginada”. Es decir, la capacidad de ponerte en lugar de otra u otro, de sufrir con los dramas ajenos, de alegrarte con risas de extraños y de sentir que todas y todos compartimos una misma humanidad. El desarrollo de esta capacidad, que es emocional y política, es esencial para forjar una cultura de la dignidad y de los derechos humanos. De ahí la importancia que el cine, al igual que la literatura, debería tener en una educación que ha de perseguir el libre desarrollo de la personalidad y el aprendizaje de los valores comunes que hacen posible la convivencia pacífica de los y las diferentes. A ello habría que sumar el potencial de todas las artes para fomentar el uso de la imaginación, una herramienta sin la que es imposible la utopía y sin la que la política corre el riesgo de convertirse en fantasía de unos pocos. Nadie pues debería cuestionar la centralidad del cine en las escuelas democráticas, como a todas y a todos debería alarmarnos que nunca haya formado parte de los currículos educativos de este país.

Por todo ello, es esperanzadora la noticia de que el Ministerio de Cultura pondrá en marcha un programa para llevar a los escolares al cine, siguiendo de cerca el ejemplo francés. Ese debería ser el primer paso para incorporar de manera central no solo las películas, sino en general el lenguaje audiovisual, a una educación que no está

respondiendo a las claves del momento que nos ha tocado vivir. No se trataría solo de que niños y niñas vivan la experiencia, radicalmente democrática, de compartir emociones en un espacio común, que aprendan a tejer memoria a partir de lo narrado en la pantalla, sino que también debería darse el paso de introducir la cultura cinematográfica en unos planes de estudios tan necesitados de herramientas que, frente al odio y la ira, fomenten los diálogos y la esperanza. Nada más eficaz que el cine para educarnos en la memoria democrática que nos falta, en la diversidad de sujetos y vidas que somos o en la importancia de lo colectivo para afrontar los retos de un siglo tan jodido como este.

Ojalá las palabras del ministro Urtasun se concreten en realidades que hagan que las futuras generaciones tengan la suerte de compartir recuerdos vinculados a una sala de cine, al tiempo que asumen lo esencial de las narraciones compartidas en el tejido de una convivencia que supere la dialéctica amigo/enemigo. No se me ocurre mejor receta que la que hace años cantara Aute —“Cine, cine, más cine por favor”— para contrarrestar las amenazas que representan las injusticias crecientes y quienes pretenden salvarnos de ellas. Tal vez el cine no opere el milagro, pero sí que nos ofrecerá, como siempre lo ha hecho, una oportunidad para imaginar otros mundos posibles. En fin, el cine como utopía frente a la distopía de la realidad. ❧

OCTAVIO SALAZAR es jurista y escritor.

La mítica Meisterstück sigue escribiendo su historia

Desde su nacimiento hace ahora cien años, la legendaria estilográfica de Montblanc se ha convertido en emblema de la propia marca, pero también en símbolo de exclusividad y buen gusto en el universo de la escritura. Hay mucho que celebrar.

En este mundo digital en el que vivimos, en el que las pantallas, los mensajes de texto y las notas de voz lo acaparan todo, el simple hecho de escribir en un trozo de papel supone un acto de irresistible romanticismo. Más si lo hacemos con una herramienta tan sublime como la estilográfica Meisterstück ('obra maestra', en alemán), que ha dejado una huella indeleble en la historia del buen gusto desde que los artesanos de Montblanc la crearan en el lejano 1924 para satisfacer la demanda de aquellos clientes que por aquel entonces empezaron a reclamar artículos de escritura "para usar en domingo", piezas más refinadas que las que empleaban a diario.

A lo largo de estos cien años, la Meisterstück no ha dejado de evolucionar y se han lanzado numerosos modelos, pero siempre manteniéndose intacta su esencia y una serie de códigos estéticos que la hacen inconfundible y única: como la pre-

sencia del número 4.810 –en referencia a la altura del Mont Blanc en metros– que ocupa un lugar destacado en el embalaje y está grabado en el capuchón y el plumín, su emblemático diseño en forma de puro negro o sus tres anillos y su plumín artesano, hechos de oro.

Desde sus orígenes, la Meisterstück ha sido la fiel e inseparable compañera de autores, artistas y escritores de lo cotidiano. Y lo sigue siendo en la actualidad. Buena prueba de ello es que ahora ha sido empuñada por el director y guionista estadounidense Wes Anderson para, con motivo de su centenario, crear una campaña que transporta a los espectadores a un mundo extraordinario de Montblanc a través de la peculiar e inimitable mirada del cineasta. "Era el momento de darle el protagonismo que se merece a este icono de la escritura, pero queríamos hacerlo de una manera completamente sorprendente e inesperada", explica Vincent Montalescot, Chief Marketing y Merchandising Officer de la firma. Sin duda lo han logrado. Y es que la creatividad que se consigue cuando se tiene una Meisterstück entre las manos es como su elegancia: infinita.



AYER, HOY Y SIEMPRE

A la izda., una mujer trabajando en la manufactura de Montblanc. Arriba, el modelo Meisterstück 149, uno de los más emblemáticos de su historia (lanzado en 1952). Abajo, el actor Rupert Friend, uno de los protagonistas de la campaña de Wes Anderson con motivo del centenario de la estilográfica.



MONTBLANC



Soltaré a Brian

Sueño

QUÉ ENVIDIA me da la gente que no duerme, o que necesita dormir muy poco. No me voy a poner a tirar de calculadora pero, de dormir ocho horas, a bastarte con cuatro o cinco, es como vivir ocho o diez años más, y eso es algo que merece siempre la pena, incluso con mucho sueño.

El oficial de marina mercante Morgan Robertson escribió la novela del Titanic 14 años antes de que se hundiera el barco, y después declaró que lo había soñado. Stevenson también cuenta que soñó al Dr. Jekyll y a Mr Hyde. Y a Miguel Ángel Hernández le acabó saliendo un libro durante la siesta, a la que denomina el “arte de la interrupción”. Pero yo tengo que reconocer que a mí, dormir lo mío, no me está sirviendo para nada.

También he conocido a tipos que duermen muy poco y que han llegado lejísimos. Claro que para eso es mejor pillar a todo el mundo despierto. Probablemente sea el exceso de sueño el que esté evitando que muchos de mis sueños se cumplan, porque el insomnio también ha dado lugar a grandes obras. Todo buen *thriller* necesita de su inspector que apenas duerme. También todo drama romántico. En *Insomnio* hay una parte en la que a Candela Peña la ha dejado su novio por teléfono y del disgusto se pasa varios días sin pegar ojo. Sean Ellis, por lo mismo, se fue a trabajar a un supermercado nocturno y luego hizo una película que, buena o mala, cuenta con uno de los mejores pósters de la historia del cine.

Literariamente quien más se ha aprovechado del insomnio ha sido Kafka. Hasta hay estudios universitarios de su parasomnia creativa. Si Sean Ellis no paraba de ver a su novia por el supermercado, por qué el bohemio no podría ver un escarabajo gigante. El problema es cuando no sabemos diferenciar entre la realidad de la vida diurna y la vida onírica. También el secreto de su éxito.

Como no dormir me sienta fatal, mi mujer y yo nos metemos cada noche después de cenar una dosis de melatonina, como si nos suicidáramos a lo Hitler y Eva

Braun. Con el tiempo, te dicen, uno necesita dormir menos porque se mueve menos, y porque haces menos cosas, aunque probablemente porque te duelen más.

Nunca he intentado dormir menos, ni siquiera entrenarme para ello, porque dormir poco, simplemente, me sienta fatal. Lo que no quita que hace unos ocho años que mi sueño sea un desastre, coincidiendo con el tiempo que lleva mi hijo durmiendo estupendamente. Cualquier padre pasa de una fase en la que su hijo duerme apenas tres horas, hasta alcanzar perfectamente las trece en la adolescencia. En el medio hay una fase en la que tienes que levantarte en mitad de la noche a espantar monstruos, sujetarlo de caídas al vacío o excarcelarlo de entre las sábanas. La naturaleza es sabia y, a veces, estos periodos coinciden con los del deterioro de la próstata, que empieza a reclamarte esta clase de intermitencias. Y desde ahí ya nada vuelve a ser lo mismo.

Dejar de dormir es la forma que tiene tu cuerpo de avisarte de que se te está acabado el tiempo de tener sueños, para empezar a cumplirlos. Confío en que todo esto termine en una fase en la que vuelva a dormir perfectamente, porque ya todo me dé igual. ❧

RICARDO F. COLMENERO es periodista y escritor.

Estilo para todos, también para ellos

La firma italiana Harmont & Blaine lanza una sorprendente colección cápsula que incluye prendas especialmente diseñadas y a juego para perros.

Se suele decir que las mascotas se parecen a sus dueños. Una afirmación que ahora puede ser más cierta que nunca gracias a la última propuesta de Harmont & Blaine, MY DOG AND I, una cápsula dedicada a nuestro compañero de cuatro patas, fiel e icónico logotipo de la marca. Esta sorprendente y atractiva propuesta se engloba dentro de la completa colección otoño-invierno 2024/25 de la firma, que ha sido ideada siguiendo distintos conceptos, como la elegancia relajada, el futuro retro o la altitud elevada, entre otros. El resultado es una amplísima propuesta de prendas masculinas y femeninas que van desde camisas y jerséis hasta chaquetas de plumón.



ROMBOS Y RAYAS

Son algunos de los principales motivos de la colección cápsula MY DOG AND I, ideada para que vayamos conjuntados con nuestra mascota. Sin duda te lo agradecerá.



El caso que nos ocupa, el de MY DOG AND I, se trata de una línea muy alegre y colorida que incluye una serie de suaves piezas de punto que se presentan en doble versión, una para el mejor amigo del hombre (y de la mujer) y otra para sus dueños. Esto, además de ser una sorprendente novedad en la historia de Harmont & Blaine, demuestra cómo está prestando cada vez más atención al bienestar y a la protección animal, así como de las personas y el planeta, a través de proyectos específicos, frecuentes e impactantes. “La protección del medioambiente y de los animales es un tema muy querido para nosotros, que implica un compromiso constante y diario de la marca”, afirma Paolo Montefusco, su fundador y CEO.

Todo lo anterior se materializa en jerséis de cuello redondo y cuello alto como los que acompañan estas líneas, confeccionados en una suave mezcla de cachemira, tan suave como cálida. En la imagen principal vemos un irresistible modelo que concentra todo el carácter del invierno gracias al llamativo motivo Argyle, caracterizado por una serie de rombos multicolores de aires *vintage*. Existen otros, como el que puedes ver en la foto de arriba en su versión canina, protagonizado por elegantes rayas horizontales de distintas tonalidades y grosores; elementos muy característicos de la marca, que siempre han estado presentes en las colecciones y que se han aplicado a diversos tipos de productos.

En ambos casos, en el pecho figura el símbolo icónico de Harmont & Blaine (el *teckel blaine*) bordado a contraste y la comodidad se realza con su corte regular, perfecto para no limitar los movimientos, y con el canalé en el cuello, los puños y el bajo. Sin duda son prendas que llenarán de estilo esta nueva temporada tu armario y el de tu perro. Recuerda: él también lo haría por ti.



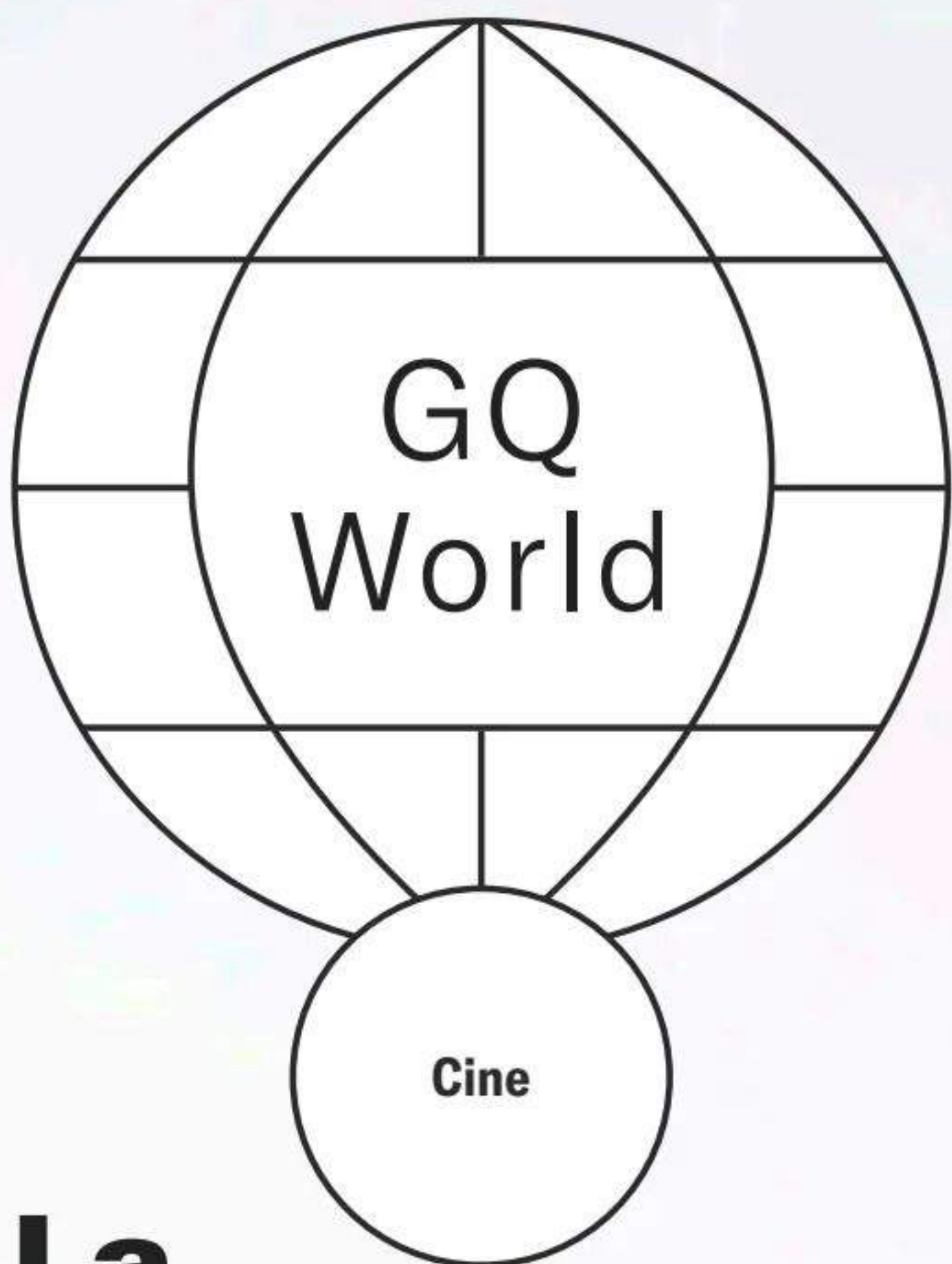
SUSCRÍBETE Y DESCUBRE EL LADO GQ DE LA VIDA

Home Delivery
1 AÑO POR 32 €

RECIBE LA REVISTA EN CASA
Y CONSIGUE ESTE LOTE I.C.O.N.



SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ
[SUSCRIPCION.REVISTAGQ.COM](https://suscripcion.revistagq.com)



La última película de Tilda Swinton

La actriz cumple un sueño que llevaba décadas acariciando: trabajar a las órdenes de su admirado Pedro Almodóvar en una película como *La habitación de al lado*, retrato íntimo (y muy conmovedor) de una amistad a las puertas de la muerte con el que acaban de recibir un histórico León de Oro en Venecia. Ella misma nos desgrena sus claves. Por NOEL CEBALLOS





PUEDO CONTARTE el momento exacto en que descubrí el cine de Almodóvar”, asegura Tilda Swinton, con una sonrisa en los labios, nada más arranzar nuestra charla con ella en Venecia. “Fue *Mujeres al borde de un ataque de nervios* en un cine, el Lumiere, que solía encontrarse en St. Martin’s Lane y que ahora, como tantas grandes salas londinenses, es un hotel. Allí vi muchísimas películas extranjeras durante la década de los 80, pero *Mujeres* fue una revelación para muchos de nosotros. Había trabajado poco antes en *Caravaggio* con Derek Jarman, y ambos nos quedamos anonadados al descubrir que alguien en Madrid, al otro lado de Europa, poseía una sensibilidad tan similar como la que nosotros teníamos en Londres. Su arte nos resultaba tan impresionante e inspirador que fue como si nos saludáramos a través del continente, como si nos reconociésemos. Desde entonces me obsesioné con sus películas y, bueno, con conocerlo personalmente, algo que no fue posible hasta muchos años después”.

Aún después de haber trabajado con el director en *La habitación de al lado*, el primer largometraje de Almodóvar hablado en inglés, Swinton sigue recordando con especial ilusión aquel primer encuentro: “Le dije que, pese a no hablar español, estaba dispuesta a aprenderlo por él. ¡O quizá podría escribir un personaje mudo en su próximo guion! Nos reímos un montón, pero ni en un millón de años imaginé que podríamos acabar trabajando juntos, primero en un corto, *La voz humana*, y ahora en *La habitación de al lado*”.

GQ: ¿Qué fue lo primero que pensaste cuando descubriste que había un papel para ti en esta adaptación de la novela de Sigrid Nunez? ¿Cuál fue tu primera reacción al conocer a Martha?

TILDA SWINTON: Me sentí increíblemente afortunada por poder

meterme en la piel de Martha. Lo que me regaló fue, literalmente, algo a lo que llevaba dándole vueltas un tiempo: mi posible última película. Estoy en un momento vital en el que me gustaría que cada proyecto que escojo pudiera ser el último. No porque me haya cansado del cine, cosa imposible, sino porque soy muy perezosa y quiero pasar más tiempo en el jardín de mi casa rodeada de mis animales. Si me hubieras preguntado una semana antes de que Pedro me enviase este guion cómo me gustaría que fuese mi última película, te habría respondido: “Lo que quiero es examinar una forma de interpretación completamente al servicio de la historia. Una actuación casi invisible donde mi personaje y yo compartamos los mismos impulsos. Con esto no quiero decir que tenga que ser autobiográfica: ella podría ser una abogada corporativa o una gondolera, pero me encantaría poder encarnar a alguien tan cercano a mi espíritu que ni siquiera tuviese que interpretar”. Ese es el sueño que he podido cumplir con Pedro aquí: actuar sin actuar. Al menos, esa fue una parte.

¿Y la otra?

También me gustaría que esa última película mental me brindara una oportunidad para tratar las cosas que considero más importantes en la vida, así como experiencias recientes por las que yo misma estoy pasando. En los últimos años me he encontrado muchas veces en una posición similar a la de Ingrid, el personaje de Julianne Moore en *La habitación de al lado*, por lo que sé lo que se siente al ser testigo directo y respetuoso de la transición de alguien desde esta vida hasta la siguiente. Cuando leí el guion de Pedro pensé, por tanto, que me había leído el pensamiento.

Esta película tiene muchos puntos en común con *The Souvenir* y *La hija eterna*, tus últimas colaboraciones con la directora Joanna Hogg. En concreto, el diálogo intergeneracional entre madres e hijas, entendido como una transmisión cultural y de afecto.

Sí, y es algo que también me interesa muchísimo a nivel personal. No solo como madre de una hija, con la que ya he actuado en dos películas, sino también como hija, porque estos papeles me han permitido contemplar muchos aspectos de la relación con mis padres. Esa gran pregunta de dónde acaban ellos y dónde empiezo yo. Lo más fascinante para mí es lo

diferentes que son los procesos de Joanna y Pedro: mientras con ella es todo más improvisado, como seguir migas de pan por el bosque y ver hacia dónde nos llevan, con él tuve la oportunidad de volver a estos temas de un modo mucho más enfocado y centrado en la historia.

Antes hablabas de Derek Jarman, lo cual me ha hecho pensar si esta no sería la obra más jarmanesca de Almodóvar. Porque trata sobre el dolor, sobre la alegría, sobre la enfermedad, sobre la vida y sobre la muerte.

Oh, creo que Derek habría amado esta película. Con locura, profundamente. Casi puedo sentirlo. Comparte con su cine algo que el cine de Pedro ha tenido siempre: su mirada de basilisco se dirige siempre hacia los aspectos realmente importantes del alma humana y se niega a mirar hacia otro lado. Es una claridad absoluta de propósito que se refleja en los dos personajes protagonistas, ambas tan sinceras y serenas a su manera... No lo había pensado hasta ahora mismo, pero sí: Derek fue mi primera Martha. Es increíble, pero me acabo de dar cuenta: gracias, muchas gracias por este momento. Cuando Derek vino a casa un día de 1989 para decirme que había dado positivo en VIH, y en aquel momento estaba muy claro lo que eso significaba, de alguna manera estaba confiando en mí lo suficiente como para ponerme en la posición de Ingrid. Y recuerdo como si fuera ayer una tarde en la que estábamos hablando de cosas prácticas cuando yo, de repente, me eché a llorar. Derek me soltó: “No podemos seguir hablando de esto si te pones a llorar”, algo que, ahora que lo pienso, debía haber estado en mi subconsciente todo este tiempo mientras interpretaba a Martha. Pero no había pensado en ello a nivel consciente hasta ahora. He vuelto a pasar otras veces por esta situación, pero con Derek fue la primera.

La película parece insinuar que el arte podría trascender a la muerte, o al menos acompañarnos durante el proceso para permitir que lo comprendamos mejor. “Ars longa, vita brevis”, que dirían los romanos. ¿Estás de acuerdo con eso?

Completamente de acuerdo. Y es otra de las razones por las que amo esta película, porque recuerdo haber dicho públicamente en muchas ocasiones que solo existen, en mi opinión, tres cosas que nos mantienen

“Todos nos encontramos, de alguna manera, en la habitación de al lado. Estamos en la habitación de al lado de Ucrania, de Gaza, de Yemen, de Siria...”

—TILDA SWINTON





realmente como especie: la amistad, el arte y la naturaleza. ¡No hay más! Son tres constantes eternas sobre las que vale la pena construir una vida. Difícil confiar en casi todo lo demás, pero estas tres te mantendrán a flote. Si lo piensas, el arte está presente en todas las películas de Pedro. No solo de manera visual, sino también en sus diálogos, pues sus personajes no paran de hablar sobre ello. No hace falta que sean artistas: de hecho, Martha se considera más bien una reportera y nunca llega a terminar esa novela con la que siempre fantasea, pero el arte es un pilar esencial de su vida. Yo, por ejemplo, sé que también leería otra vez *Dublineses*, de James Joyce, antes de morir. En eso estamos de acuerdo. También me pondría algunas películas de Buster Keaton y, probablemente, las acompañaría con unas páginas de Martha Gellhorn.

Pese a que Martha no escriba ficción, como Ingrid, ambas son narradoras, algo que cobra especial importancia en una

película donde la palabra tiene tanta importancia como la imagen.

Si lo piensas con detenimiento, toda la película trata acerca de diferentes narrativas y cómo dan sentido a nuestra existencia. Hemos creado una narrativa en torno al cáncer, otra en torno a la muerte, otra en torno a la dignidad del enfermo terminal... Lo cual nos lleva a hacernos una pregunta palpitante: ¿estamos hablando de suicidio? Así que sí, estoy de acuerdo en que las palabras son extremadamente importantes para estos personajes, sobre todo cuando tratamos aquellas que nunca se dijeron. Los silencios, los malentendidos, los fallos de comunicación. En el fondo, creo que trata sobre cómo damos sentido a lo que nos ocurre a través de la narración, y cómo esa narrativa puede cambiar. Ingrid le tiene tanto miedo a la muerte que ha escrito una novela sobre ello, así que ahora tiene la oportunidad de confrontar esa realidad y, quizá, cambiar su narrativa.

“Solo existen, en mi opinión, tres cosas que nos mantienen realmente como especie: la amistad, el arte y la naturaleza. ¡No hay más!”

—TILDA SWINTON

¿Y qué hay del personaje de John Turturro, obsesionado con el cambio climático y el fin de los días? ¿Cómo deberíamos afrontar esa narrativa?

[Cierra los ojos] Oh, menuda pregunta... Intentaré responderla lo mejor posible. Y puede parecer que la estoy evitando, pero no es así: lo que me gustaría es enlazarla con algo de lo que hablábamos antes, porque también tiene que ver con el modo en que el cine de Pedro se niega a mirar hacia otro lado. Y lo que hace ese personaje es, tal cual, no apartar la mirada de un tema tan colosal como el cambio climático. Lo cual lo deja increíblemente frustrado, como es lógico, pero la fuente de sus desvelos es el modo en que la sociedad en general y el capitalismo en particular nos han animado a distraernos con temas banales que nos impiden mirar de frente el problema. De modo que nos enzarzamos en falsas narrativas que pretenden dar respuesta a las crisis actuales, cuando lo que de verdad deberíamos hacer es abrir los ojos a la realidad. No es una ficción, sino que está sucediendo. En ese sentido, él y Martha son dos periodistas de guerra: puede que ella estuviese en campos de batalla reales, pero su amigo también informa desde otro tipo de frente. Porque todos nos encontramos, de alguna manera, en la habitación de al lado. Estamos en la habitación de al lado de Ucrania, de Gaza, de Yemen, de Siria... Todos somos testigos, pero lo importante es decidir qué clase de testigo queremos ser. La película propone la vía de la serenidad y el entendimiento, pues de nada sirve obsesionarnos con aquello que no podemos cambiar. Pero eso no significa que debamos evitarlas, sino todo lo contrario: hemos de ser testigos, pues hay realidades que no desaparecen cuando apartas la mirada. ❧

NOEL CEBALLOS es redactor de GQ.



Un nuevo héroe para una nueva era

Con el SUV deportivo Terramar, CUPRA encara un prometedor futuro con el espíritu rebelde y desafiante que ha definido a la marca desde sus inicios.

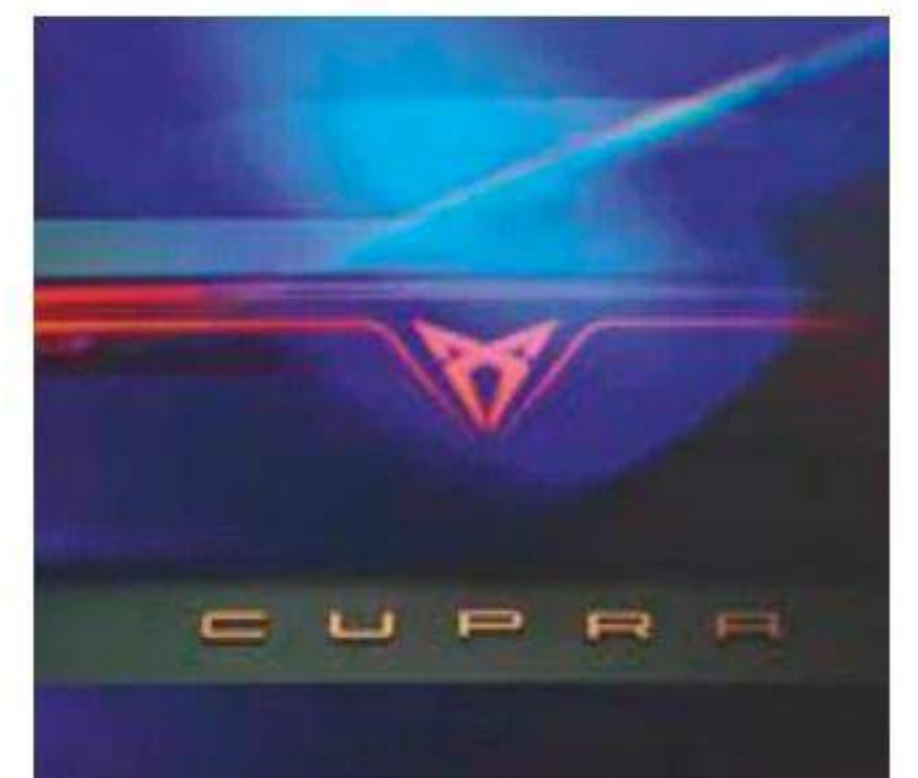
No es casualidad que el nombre de Terramar haga referencia al histórico circuito de carreras del municipio de San Pedro de Ribas (Barcelona) donde nació la marca. Y es que nos encontramos ante un modelo que mantiene intacta la esencia de siempre de CUPRA, pero con el que la firma lleva su mentalidad y diseño a un nivel superior, explorando el segmento de mayor crecimiento en Europa. Se trata de un SUV deportivo con diferentes opciones de propulsión, incluida la nueva generación de tecnología híbrida enchufable (e-HYBRID), que ofrece hasta 272 CV (200 kW), más de 100 km de autonomía totalmente eléctrica y etiqueta medioambiental Cero Emisiones.

Llama poderosamente la atención su exterior, que adopta un nuevo lenguaje estético, con una apariencia atrevida, proporciones muy deportivas y unas líneas fluidas que se desplazan desde el frente hacia los lados. Su frontal recuerda a la desafiante nariz de un tiburón y su iluminación se ha cuidado minuciosamente, dejando claro desde el principio que nos encontramos ante un coche de alta gama. El interior, por su parte, cuenta con un alto nivel de tecnología, materiales sostenibles, una iluminación ambiental evolucionada y ofrece un gran confort y practicidad, como por ejemplo con los asientos traseros desplazables, que permiten aumentar la capacidad del maletero en hasta 602 litros. Otras características, como la suspensión deportiva de serie, la dirección progresiva, el nuevo control adaptativo de chasis o los frenos Akebono, hacen que ponerse a sus mandos sea una experiencia realmente emocionante.



DISEÑO INTERIOR

Se logra una ergonomía perfecta gracias a la posición elevada de la pantalla, las formas envolventes de los asientos o los laterales acolchados de la consola central.





“Hay una virilidad mal entendida en el mundo del fútbol”

La periodista deportiva Lorena González debuta en la novela con *Guarda silencio*, un duro y emotivo relato que aborda la homosexualidad en el deporte rey.

Por HÉCTOR IZQUIERDO

NO HAY NI un solo charco en el que haya evitado meterse Lorena González (Barcelona, 1984) en su debut literario. *Guarda silencio* es un libro que aborda un mundo, el del fútbol, que en su calidad de periodista deportiva conoce muy bien. Pero no lo hace desde una perspectiva complaciente. Antes bien, a través de sus páginas descubrimos el sórdido negocio que está

detrás de las grandes ligas, los problemas de soledad y salud mental de los deportistas, la cerrazón e intolerancia de los directivos de los clubes o el comportamiento hiperbólico y poco ejemplar tanto de la prensa como de los aficionados.

A todo lo anterior tendrán que enfrentarse en la novela Álvaro y Gabriel, dos jugadores del Racing de Madrid (que bien podría ser un trasunto novelesco del Atleti) que

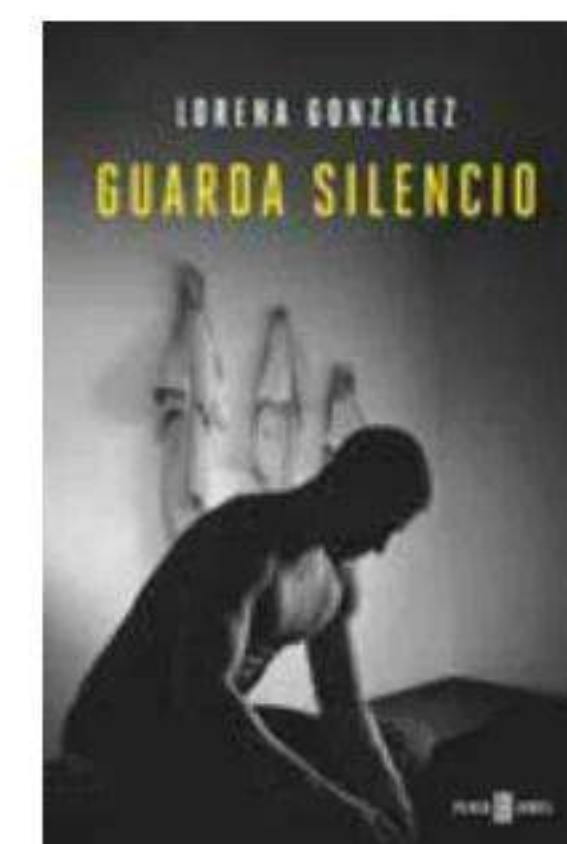


Lorena González es una conocida periodista deportiva que trabaja en televisión, radio y prensa. *Guarda silencio* es su primera novela.

cometen el terrible pecado de enamorarse el uno del otro. Cuando la relación que mantienen salga a la luz, se verán expuestos a una gigantesca ola de incomprensión y mezquindad que terminará llevándose por delante la carrera de Álvaro y arrojándolo a una espiral de autodestrucción.

“Este libro tiene su origen en las entrevistas y las amistades que he hecho en casi 14 años en el mundo del fútbol masculino”, nos comenta Lorena sobre la génesis de la novela. “Todo surge de esas conversaciones y esos ratitos *of the record* con muchos futbolistas. Ahí empecé a darme cuenta de que hay un montón de historias y temas tabú que no nos estaban contando”.

Aun así, insiste Lorena, *Guarda silencio* es un puro ejercicio de ficción, y ni Álvaro ni Gabriel están basados en personajes reales que haya conocido o que se hayan



Guarda silencio (editorial Plaza & Janés) es un emotivo alegato a favor de la libertad, la inclusión y el amor, con el fútbol de fondo.

sincerado con ella en la intimidad. “Ningún futbolista me ha confesado su homosexualidad explícitamente. Yo tengo mi información, pero tampoco le voy a preguntar a nadie con quién se acuesta. No me interesa la orientación sexual de ningún jugador, lo que me interesa saber es cómo está y si puede sentirse libre para poder expresarse en ese espacio. Y yo creo que no, que todavía no. Hemos evolucionado, pero falta un montón”.

La realidad es que ningún jugador profesional de fútbol en activo de una de las grandes ligas ha salido nunca del armario. Pero, ¿podría estar dándose en la actualidad —y en secreto— una relación como la que mantienen Gabriel y Álvaro en la novela?, le preguntamos a Lorena. “No lo tengo al cien por cien confirmado”, nos dice, “pero sí que hay futbolistas en equipos de primer nivel, muchos, y si están trabajando juntos y compartiendo el mismo espacio en su día a día... Lo más normal es que nos relacionemos con la gente con la que convivimos. Y ellos conviven mucho. Así que no te lo puedo confirmar al cien por cien, pero bueno, sí que habrá...”, aventura. “Lo mismo que hay en el fútbol femenino, en el que hay parejas en el mismo equipo, y en la misma selección, y ahí no pasa nada, porque yo creo que la homosexualidad entre mujeres está mejor vista que entre hombres, y más en el fútbol, que sigue siendo un lugar muy viril y machista”.

“Hay una virilidad mal entendida en el mundo del fútbol masculino”, sigue Lorena, que asegura, no obstante, que en todo ese entramado de clubes, federaciones, ligas o televisiones, “el más noble es siempre el futbolista”. Si alguien decidiera hacer pública su homosexualidad, opina la escritora, el resto de sus compañeros lo apoyaría. “Aunque a más de uno le costaría hacerlo. Tendrían que acostumbrarse a la situación, porque todos tenemos prejuicios hacia aquello que no conocemos”.

Por el contrario, en el resto de estamentos, sigue Lorena, podría encontrarse un apoyo en público, pero teñido de suspicacia. “No creo que, por ejemplo, a los que mandan les gustase algo así. Porque para ellos es como sumar otro problema más. Desestabilizar. Nunca es buen momento para contarlo, porque va a desestabilizar. Porque ahora no nos va bien, tenemos este partido importante, o estamos mal, o hay una Eurocopa, o hay un Mundial, o una Copa América. Siempre es mejor callar para mantener el silencio y la estabilidad. Y creo que sí desestabilizaría al

club, a los compañeros. Pero es como un bombazo, que luego tiene su onda expansiva, y luego se va calmando”.

GQ: ¿Hay tanta intolerancia en el mundo del fútbol y en la sociedad como aparece en la novela?

LORENA GONZÁLEZ: Yo creo que no, pero nos tenemos que poner a prueba con algo gordo. Tiene que salir alguien muy reconocible a decirlo. Mientras tanto, como que vamos navegando alrededor sin meternos de lleno en el asunto.

¿Y crees que tu libro va a generar algo de debate?

Sí, ya lo está generando. Por lo menos me gustaría que nos sentemos y conversemos, y discutirlo sobre todo con futbolistas, que son muy reticentes a la hora de hacer comentarios sobre un montón de temas. Pero supongo que es también por el desconocimiento. No hablan de política porque ellos mismos aseguran que no saben de política o que no les interesa. Yo creo que habitualmente dicen eso para quitarse los problemas de encima. ‘No, yo no hablo de política’. ‘No, yo no conozco a ningún homosexual’. Para sacarse el marrón y no dar su opinión públicamente, que lo entiendo, porque luego cada vez que lo hacen reciben insultos y cánticos e historias. ‘Pues mira, ¿para qué me voy a meter yo en este follón?’.

¿Hablan de estos temas los futbolistas en el vestuario?

Si bien la generación de futbolistas de 24, 25, o 26 años es mucho más abierta, no creo que sean temas que se toquen en el vestuario. Y cuando se tocan suele ser en tono jocoso. No creo que haya muchos que se sienten en serio a conversar sobre esto. Normalmente no saben muy bien a qué compañero tienen al lado. Hacen sus grupitos, pero creo que ellos mismos no hablan de cuestiones personales. Ni de ir a terapia o cosas así. También, por lo que yo he hablado con muchos futbolistas, y que me parece maravilloso, es que para ellos el vestuario es un rincón sagrado. Cuando entran en el vestuario, dejan fuera los problemas personales, todo es música, risas, compadreo. Y supongo que estos temas también los dejarán fuera.

Una de las cosas que llaman la atención en la novela es lo solos que están los futbolistas...

Muy solos. Muy solos. Es acojonante. Y los que vienen de fuera... Pero es que no hacen nada. Van al entrenamiento y a la una del mediodía se meten en su casa. Yo hablo con

futbolistas que llevan aquí dos años en Madrid y no han pisado la Gran Vía. No van al teatro, ni al cine, ni a nada. Van a un *shopping* o les traen las cosas a casa. Y no les preguntas por nada. Han ido al Aarde, al Ramsés, a un par de discotecas, vienen a Madrid de noche. Pero no han ido al Prado, no han ido a la Plaza Mayor. No pueden. Otros tienen el desinterés más absoluto. O no tienen con quién hacerlo. Por eso muchos también se buscan un séquito de amiguitos que van con ellos. Para no estar solos. Que al final los compren, porque esos amigos están a sueldo. Y por eso también, con 24 o 25 años, están todos ennoviados y muchos con hijos. Yo creo que es por la soledad. Es decir, su vida es tan inestable, cada tres días va cambiando todo. Por lo menos llegar a casa y tener ahí a alguien. Aunque no les interese ni la mujer que tengan. Pero llegar a casa y tener un poco de hogar, porque están muy solos. Imagínate el contraste. Estás en un estadio y todo el mundo gritándote, vitoreándote. Y luego llegas a tu casa y estás más solo que la una.

¿Qué tipo de feedback has recibido del mundo del fútbol respecto a la novela?

Pues recibo mensajes de gente que llora con el libro, que le ha dado mucha pena o que le ha conmovido mucho y a mí eso me gusta, porque lo que pretendía era emocionar. Tampoco quería hacer una historia lacrimógena, creo que es una historia dura con un final ilusionante, que deja un poquito de espacio para la esperanza. Cada uno que saque sus propias reflexiones, pero creo que el guardar silencio no es la solución. Está visto que no constituye el mejor presente ni el mejor futuro para nadie.

¿Te haría ilusión que el libro animara a alguien a dar el paso?

Sí, sería la mayor satisfacción. Pero no ya solamente reconocer su homosexualidad, sino ser libre, no guardar silencio, contar cómo está... Lo que para otros puede ser mismamente ir a un psicólogo. La satisfacción sería que alguien me dijera: ‘Mira, me he leído el libro, estaba pasando por un mal momento, y después de leerlo he pedido ayuda, no he guardado silencio, no me he callado y me ha salvado. Y esto es muchísimo mejor’. Eso sería la satisfacción. Yo no he escrito este libro para ganar dinero, así que... Eso me encantaría, sí. ❧

HÉCTOR IZQUIERDO es redactor jefe de GQ.

GQ EN COLABORACIÓN CON IKEA





Te damos las claves para dormir como te mereces

Un buen descanso es fundamental para estar en plena forma. IKEA es el lugar perfecto donde encontrarás todo lo necesario para lograrlo. Toma nota.



Todas las estancias de la casa merecen nuestra atención. Pero lo cierto es que si hay una de vital importancia, un refugio donde entregarnos al descanso y la relajación, esa, sin duda, es el dormitorio. Y es que dormir a pierna suelta es algo fundamental para poder estar al 100% al día siguiente, pero también para mantener una buena salud física y mental a largo plazo. Existen una serie de factores determinantes para conseguirlo e IKEA, un auténtico experto de la vida en el hogar, nos ofrece una enorme gama de productos para ello, que se renuevan continuamente para que nuestro interiorismo esté a la última sin tener, además, que hacer un desfaldo en nuestra cuenta corriente.

LOS 'MUST' DE IKEA

En la pág. anterior, cama MALM (304 €) y mesita de noche BJÖRKSNÄS (79,99 €). En esta, de izda. a dcha., caja KOMPLEMENT (12,99 € / 2 uds.), colchón VÅGSTRANDA (499 €) y purificador de aire STARKVIND (129 €).

Empecemos por algo tan obvio como trascendente: lo primero que debemos tener en cuenta a la hora de configurar nuestra habitación es, lógicamente, la comodidad. Algunos elementos irrenunciables son un colchón confortable, de esos que nos atraen hacia ellos como un imán; una almohada que se adapte como un guante a nuestra posición favorita para dormir; y una ropa de cama adecuada (es decir: bonita y de calidad). Y en IKEA hay una descomunal oferta especialmente diseñada para satisfacer todos los gustos y necesidades.

Otro elemento esencial es mantener todo ordenadito (¡ya te lo decía tu madre!), ya que nos transmite paz y tranquilidad. Para estar relajados y poder conciliar el sueño, debemos tener las cosas en su sitio, algo que lograremos sin demasiado esfuerzo con la gran variedad de organizadores y muebles con almacenaje (desde armarios a bancos) de IKEA.

También hay que combatir la luminosidad y el ruido. ¿Quién no se acuesta algún que otro fin de semana al amanecer? Pero que no cunda el pánico... porque en IKEA podremos encontrar cortinas opacas capaces de bloquear la luz (o dejarla entrar cuando queramos) y de contribuir a la reducción de molestos ruidos. Además de ayudarnos a mantener la habitación cálida o fresca (la temperatura es otra de las grandes claves para el descanso) y de garantizar la privacidad, manteniéndonos a salvo de miradas indiscretas. Por último, tenemos que prestar atención a la calidad del aire, y podemos hacerlo con los purificadores de IKEA, auténticas piezas de diseño que combinan estética y funcionalidad y que marcarán un antes y un después. Dulces sueños.



24 prendas para atravesar el otoño



24

fuerte

Por
YANG-YI GOH

MOCASINES APOCALÍPTICOS

¿Alguna vez te has preguntado qué aspecto tendrían un par de los legendarios mocasines de bocado de **Gucci** adaptados a una distopía a lo *Mad Max*? Estos mastodontes de suela gruesa y tachonada son la respuesta.

Zapatos y pantalón **Gucci**.
Calcetines **Goldtoe**.

ESTILISTA DE UTILERÍA: JOONIE JANG.

ROLLITO RANCHERO

Louis Vuitton Men's llama juguetonamente al estampado de esta chaqueta Cowmooflage, resultado de cruzar el motivo geométrico Damouflage, icónico del director creativo Pharrell, con una preciosa piel de pelo de ternera.

INSPIRACIÓN ANIMAL

En los archivos de **Cartier** no faltan relojes con siluetas atractivas, pero el curvilíneo Tortue —lanzado por primera vez en 1912, antes incluso que el legendario Tank— podría ser el más seductor de todos, especialmente cuando se presenta en brillante platino.

GAFAS DE LUJO SILENCIOSO

Al igual que los suntuosos tejidos de cachemira de la firma, las gafas de sol de **Brunello Cucinelli** se fabrican de la forma más exclusiva posible: a mano en la aldea de Solomeo, en la Perugia italiana.

LUMINOSOS

Todo cobra sabor si le añades un chorrito de limón. Incluidos tus atuendos otoñales. Estos pantalones de **Ralph Lauren Purple Label** son la prueba.

UNOS ZUECOS MUY HEAVY

La colaboración de calzado más atrevida del año —**Simone Rocha x Crocs**— nos propone una segunda vuelta, en esta ocasión con adornos todavía más llamativos en el empeine y a lo largo de su contundente suela. Y tú, ¿te animarías?

LLAVERO CLASSY

¿La mejor forma de no volver a perder las llaves? Engánchalas a este impecable llavero de piel de **Miu Miu**.

REFINADOS

La revolución del calzado delicado va viento en popa, y estos elegantes zapatos de **Bode** han puesto rumbo al cielo.

UN JERSEY CHISPEANTE

Desde la abrigada mezcla de angora hasta sus tonos vibrantes, este jersey con cremallera de **John Elliott** aportará calor a tus looks de otoño.

BOTAS ICÓNICAS

Un día más, un nuevo clásico británico al que **Wales Bonner** devuelve a la vida. Este refrescante acercamiento de la marca a la atemporal bota safari viene aderezado con brillantes tachuelas y pespuntos en contraste.

Q World
Drops

MUY ROCKEROS

Los bordes con cremallera dan un toque punk a estos intrincados cinturones de **Chanel**.

JOYAS DISCRETAS

Los anillos Cloud de **Starling Jewelry**, marca con sede en Los Ángeles, son el fundamento ideal para que las piedras preciosas deslumbren en su máximo esplendor.

DE ESCAPADA

¿Cuál es el secreto mejor guardado de **Rick Owens**? El señor oscuro de la moda es en ocasiones el más astuto con los colores atrevidos, como demuestra este exquisito chaleco de piel.



FUSIONES

Kenzo apuesta por la mezcla cultural: oriente y occidente se encuentran en el corte, los uniformes de Tokio se mezclan con el hip-hop de Nueva York en los sutiles detalles.

PARA OSADOS

En las opulentas manos de **Hermès**, incluso un cinturón con tachuelas rollo *rock 'n' roll* resulta elegante y refinado.

NOCHE DE FIESTA

Si tienes una cita en el banco a mediodía y una fiesta *glam* por la noche, esta camisa de rayas con lentejuelas de **Eytys** te cubrirá las espaldas.

CALZADO ESCULTURAL

Las llamativas punteras doradas en forma de pezuña de estos botines de **MM6 Maison Margiela** recuerdan al bruñido de las bellas estatuas milenarias.

RELOJ FUNKY

Es difícil eclipsar la discreta elegancia y la brillantez técnica de un reloj **Patek Philippe**, pero en esta deslumbrante pieza, lo que de verdad destaca es el chulísimo brazalete de cadena de oro rosa.

GAFAS DE CIENCIA FICCIÓN

Estas gafas envolventes de **Maison Margiela x Gentle Monster** son un poco estrella del pop de los 2000, un poco androide *sci-fi* y un mucho de originalidad.

CHAQUETA REJUVENECIDA

Eckhaus Latta ha conseguido que un clásico de época como el cárdigan de canalé con cuello chal se antoje vibrante y juvenil.

PUNTO VIBRANTE

El impactante colorido de este jersey de **Dior Men** llama la atención de todo el mundo, pero es el favorecedor cuello lo que de verdad enamora.

BOLSO CON TODO INCLUIDO

El bolso **Sofia** de **Chopova Lowena** viene con todo lo que la realeza del estilo puede necesitar un largo día de paseo: un peine con forma de caballito de mar para domar tu melena, un cuaderno y un bolígrafo para apuntar ideas brillantes, una lima para arreglarte las uñas sobre la marcha y un mosquetón resistente para no perder las llaves de vista.

CHULÍSIMAS

Los especialistas en chaquetas plegables de **K-Way** han trasladado su amor por los colores llamativos a las zapatillas de montaña fabricadas en Italia por **Diemme**.

PANTALONAZOS

Con estos particulares cargo de seda pintada, **Nanushka** ha logrado que los pantalones más resistentes del mundo se sientan gloriosamente suaves y holgados.



Creed: un universo de aromas sin igual

The House of Creed presenta Delphinus y Centaurus, las fragancias que te invitan a recorrer un viaje olfativo hasta ahora desconocido.

Sensuales, dulces y opulentas son las nuevas fragancias de The House of Creed: Delphinus y Centaurus. Dos perfumes exquisitos que nos llevan por un universo de aromas completamente nuevo. Con notas amaderadas y de cuero, nos trasladan al lugar donde están las estrellas más brillantes, contrastando sobre la negrura de la noche.

Por sus especias ricas, las notas florales sensuales y matices avainillados y amaderados, son perfumes cálidos, seductores y con composiciones únicas. Con un legado de más de 200 perfumes, la firma destaca por la calidad de sus materias primas, ya que siguen pesando, mezclando y macerándolas a mano.

DELPHINUS Y CENTAURUS son los nuevos perfumes sensuales y elegantes de The House of Creed. Una experiencia olfativa seductora y sofisticada.

Bajo una visión y un espíritu creativo único, Delphinus y Centaurus recuerdan a las radiantes gemas del ámbar y nos cautivarán por su olor y sus elegantísimos frascos.

Delphinus se inspira en la constelación que brilla en el Hemisferio Norte. El perfume es etéreo y místico como las estrellas que la componen. En él, encontramos incienso, manteca de Iris y vainilla Bourbon de Madagascar.

Lo primero que notamos es el olor cálido ahumado del incienso combinado con pimienta negra y rosa pero, pronto, llegan el heliotropo, la orquídea y la manteca de Iris, para finalizar con notas de pachulí, cuero y vainilla. Su olor es cálido, dulce y adictivo y la manteca de Iris le da un toque floral, amaderado y empolvado. Siendo uno de los ingredientes más codiciados en la perfumería, hace que Delphinus sea único. Un viaje de experiencias olfativas que representa la luz, el polvo de estrellas.

Centaurus es la fuerza indomable. Para los más atrevidos, sabios y seguros de sí mismos. Por eso, lleva el nombre de una de las constelaciones más brillantes del cielo.

Tres ingredientes definen su olor: el tabaco, el sándalo y la vainilla Bourbon. La fragancia se enciende con un tabaco que arde intensamente junto a la pimienta rosa, la canela y el cardamomo. Su corazón se llena de sándalo y delicados tonos de jazmín, reminiscentes de estrellas floreciendo en el cielo nocturno, junto con el resplandor del heliotropo. El trasfondo sensual, amaderado y ámbar de la fragancia está elaborado con pachulí, vainilla y notas del haba tonka.

Delphinus y Centaurus forman un dúo excepcional, el de los Oráculos Ámbar, simbolizando la belleza celestial. Olores atemporales que derrochan sofisticación, seducción y elegancia. Las fragancias perfectas para el hombre contemporáneo.

Así en el campo como en la ciudad

La colección Otoño-Invierno 24/25 de Fendi se inspira en la ropa campestre para vestir al urbanita más sofisticado.
Por REDACCIÓN GQ



LA DICOTOMÍA entre campo y ciudad, entre el modo de vida rural y el urbano, ha copado titulares en los últimos meses y seguirá haciéndolo, en tanto que aquellos que se dedican al sector primario sigan exigiendo que se valore dignamente su esfuerzo. La última colección de Fendi, en cierto modo, es un homenaje a esa vida que empieza allá donde terminan el hormigón y el asfalto, aunque pasada por un filtro necesariamente bucólico.

En su interpretación de la temporada otoño-invierno 2024/2025, Silvia Venturini Fendi se refugia en los colores campestres, en las materias primas nobles y en las técnicas artesanales: del paño Casentino, una lana especial de ovejas criadas en el corazón de la Toscana que se remonta al siglo XIV, a los tejidos encerados o al ya clásico y aristocrático loden.

Las siluetas sorprenden por esa mezcla entre lo antiguo y lo nuevo, la tradición y la modernidad. Como el homenaje que hace la colección al kilt, que se lleva con botas altas de cuero y largos calcetines de lana, e inspira asimismo faldas pantalón a cuadros.

Los amplios abrigos de piel de mangas raglán y cuellos de marroquinería conviven con cazadoras de



Grandes abrigos, exquisitas prendas de punto y pantalones y faldas inspirados en el kilt escocés son las tres grandes líneas de la colección.

tipo bómbier, abrigos de pescador o chaquetones con ribetes y costuras de piel de oveja.

Las prendas de punto exhiben una gran variedad y son la base de la sastreía de la colección: jerseis clásicos de lana se aparejan con chaquetas de punto acanaladas, polos y camisetas de tirantes, siempre en código de *color block*.

Hablando de colores, son los tonos de la naturaleza los que impregnan las diferentes prendas: la turba y el granito, los ocre tostados, el carbón, el verde bosque, el amarillo canario, el gris nube o, claro está, los azules marinos y cielo del denim.

En el capítulo de accesorios, desfila el nuevo bolso Siesta de la mano de los ya clásicos Melon, Peekaboo ISeeU Soft y Baguette Soft Trunk, y los neceseres saltan a la palestra como bolsos de mano.

La colección presenta también dos colaboraciones. Por un lado, dentro de la iniciativa de Fendi de incorporar la arquitectura a sus diseños, establece un diálogo con el estudio chino MAD, que se materializa en el bolso Peekaboo ISeeU y en unas *sneakers*. Por otro, el trabajo junto a la empresa francesa de alta fidelidad Devialet ha dado como resultado la personalización de su altavoz portátil de mano: Fendi x Devialet Mania. ❖

Porque lo digo yo

Clásico pero moderno

BASTA CON poner oreja a cualquier comentario sobre moda para encontrar rápidamente la conclusión estrella: “Cualquier tiempo pasado fue mejor”; y si no en esta misma forma, sí en esencia. La contrariedad que nos genera lo nuevo nos lleva a aferrarnos a lo conocido, y lo conocido es lo pasado, lo que ya hemos convertido en clásico por costumbre. Sin embargo, en lo que no siempre reparamos es en dos cuestiones esenciales: que aquellos clásicos un día fueron disruptivos y que hoy lo clásico está de alguna manera asociado socialmente a la caspa. Entonces, ¿cualquier tiempo pasado fue mejor o huele a naftalina? ¿En qué quedamos?

Si echamos un ojo a las pasarelas de la temporada, parece que las firmas de lujo se han puesto de acuerdo en algo: lo clásico está de moda. En el sentido más estricto de la palabra, el bautizado como *officecore* —eso de inspirarse en el traje de oficina de toda la vida— es una de las tendencias más punteras. Los trajes, las camisas y las corbatas se han multiplicado en los *shows*, experimentando infinidad de versiones. El versátil gris ha sido el color más repetido, el cárdigan la prenda mas de moda y los abrigos de corte sastre se estiran hasta casi rozar el suelo. No es la única revisión de los clásicos. En ese tiempo pasado que dicen que fue mejor también tienen cabida el *preppy* de los niños pijos, el *grunge* de los rebeldes y hasta el estilo *western* que tantas buenas sobremesas de verano nos ha proporcionado en España. Todos ellos clásicos que hoy se ponen de nuevo sobre la mesa como si fueran lo más moderno del mundo pero que en su momento fueron una locura: los trajes de Wall Street se consideraban excesivos, llevar los vaqueros de trabajo en la calle era todo un desacato a la autoridad, los niños bien desafiaban a sus padres mezclando la ropa formal con la deportiva y qué decir del *grunge* antisistema.

Tanto tiempo en chándal y zapatillas (sacados en su mayoría de las décadas de los 80 y los 90, que no es que se los hayan



inventado recientemente) y ahora abrazamos lo que, simplemente, habíamos olvidado al fondo del armario y se etiqueta como “nuevo”, aunque no lo sea. Es entonces cuando, paradójicamente, se genera el comentario a la inversa: no hay nada realmente novedoso, siempre es lo mismo, las modas siempre vuelven... ¿Qué queremos entonces, algo clásico o algo moderno? ¿Son acaso estos términos excluyentes?

Cuando Sabato de Sarno presentó su primera colección para Gucci y fue interrogado sobre el clasicismo de su propuesta, el creativo respondió con rapidez: “La gente dice que le encantan los cambios, pero en

realidad no le gustan”, y nada puede resumir mejor el momento actual. Así que aquí cada uno ha hecho de su capa un sayo y donde dije “digo” digo “Diego”: lo urbano queda atrás por obsoleto —más de una década llevamos amasándolo— y lo clásico regresa como nuevo. Es un cambio, sí, pero a lo de siempre, al confort, a la tabla de salvación de un tiempo pasado que, dicen, fue mejor, aunque actualizado al presente. Una ironía más de la moda que conquistará la calle en los próximos meses. ❧

F. JAVIER GIRELA es editor de moda de *GQ España*.



01

CÁRDIGAN

TENDENCIAS

POR
F. JAVIER
GIRELA

2024

DEL ABRIGO
EXTRALARGO A
LAS BERMUDAS,
DEL ESTILO
PREPPY AL
GRUNGE, ESTA
TEMPORADA
REGRESAN LOS
CLÁSICOS DE
SIEMPRE.

P
R
A
D
A

B
R
I
O
N
I

P
A
U
L
S
M
I
T
H

G
I
V
E
N
C
H
Y

S
D
A
L
E
Y

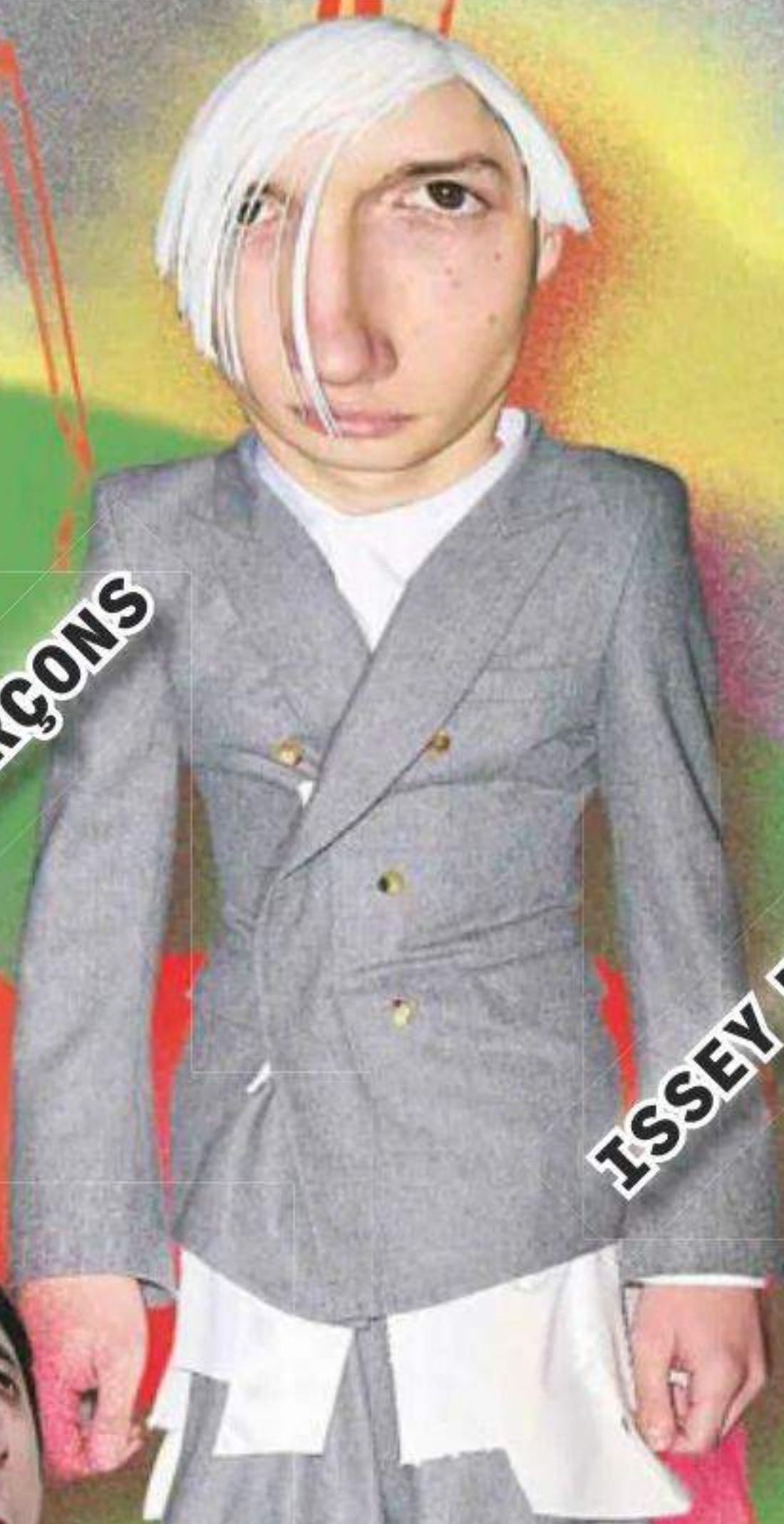
K
O
L
O
R

DISEÑO
FER
VALLESPÍN
&
JUAN
VELÁZQUEZ

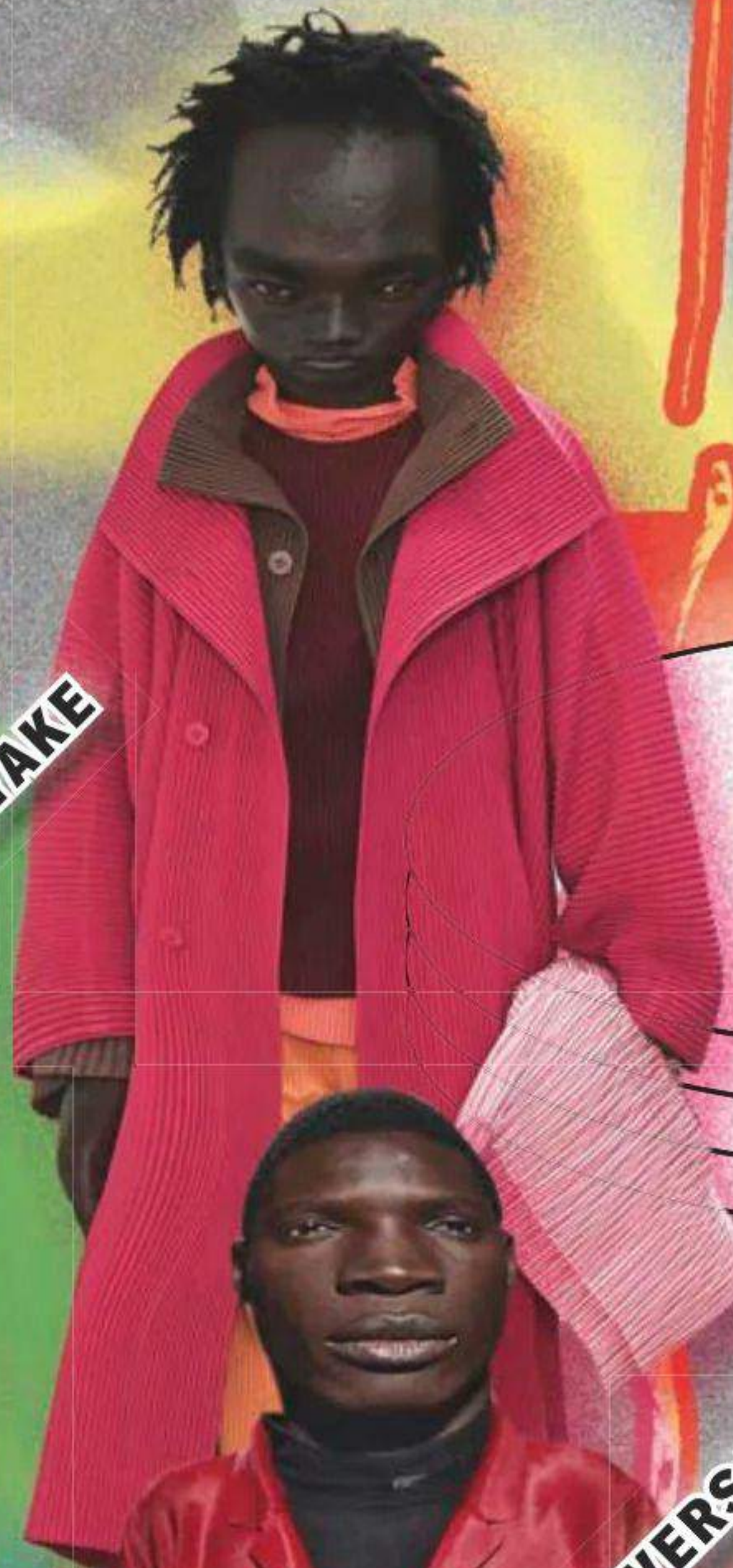


GUCCI

COMME DES GARÇONS



ISSEY MIYAKE



VERSACE



VALENTINO



MAGLIANO



DIOR MEN



RALPH LAUREN



JACQUEMUS



YOHJI YAMAMOTO



BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS BERMUDAS

AMI PARIS

FENDI

EMPORIO ARMANI

FERRAGAMO

NEIL BARRETT

SACAI



03

ESTILO ORIGINAL



TOMMY HILFINGER



BRUNELLO CUCINELLI



SEAN SUN



CARLOTA BARRERA



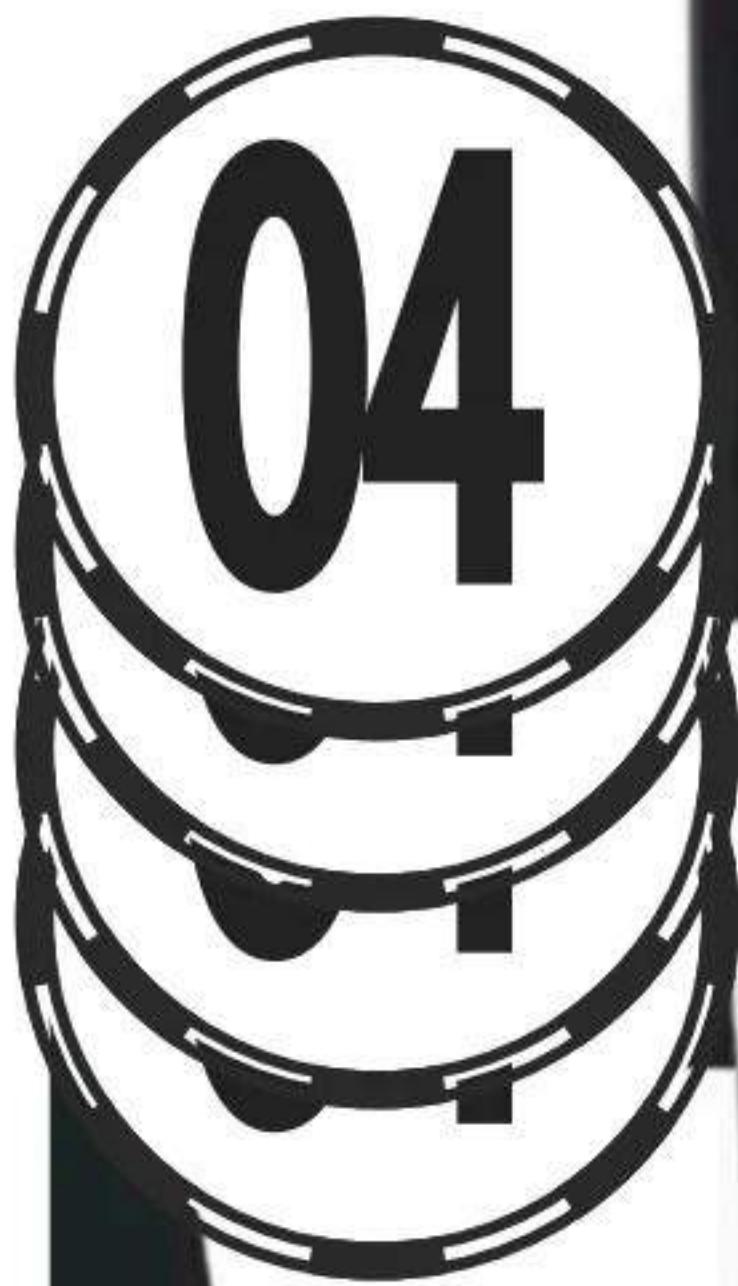
SAINT LAURENT

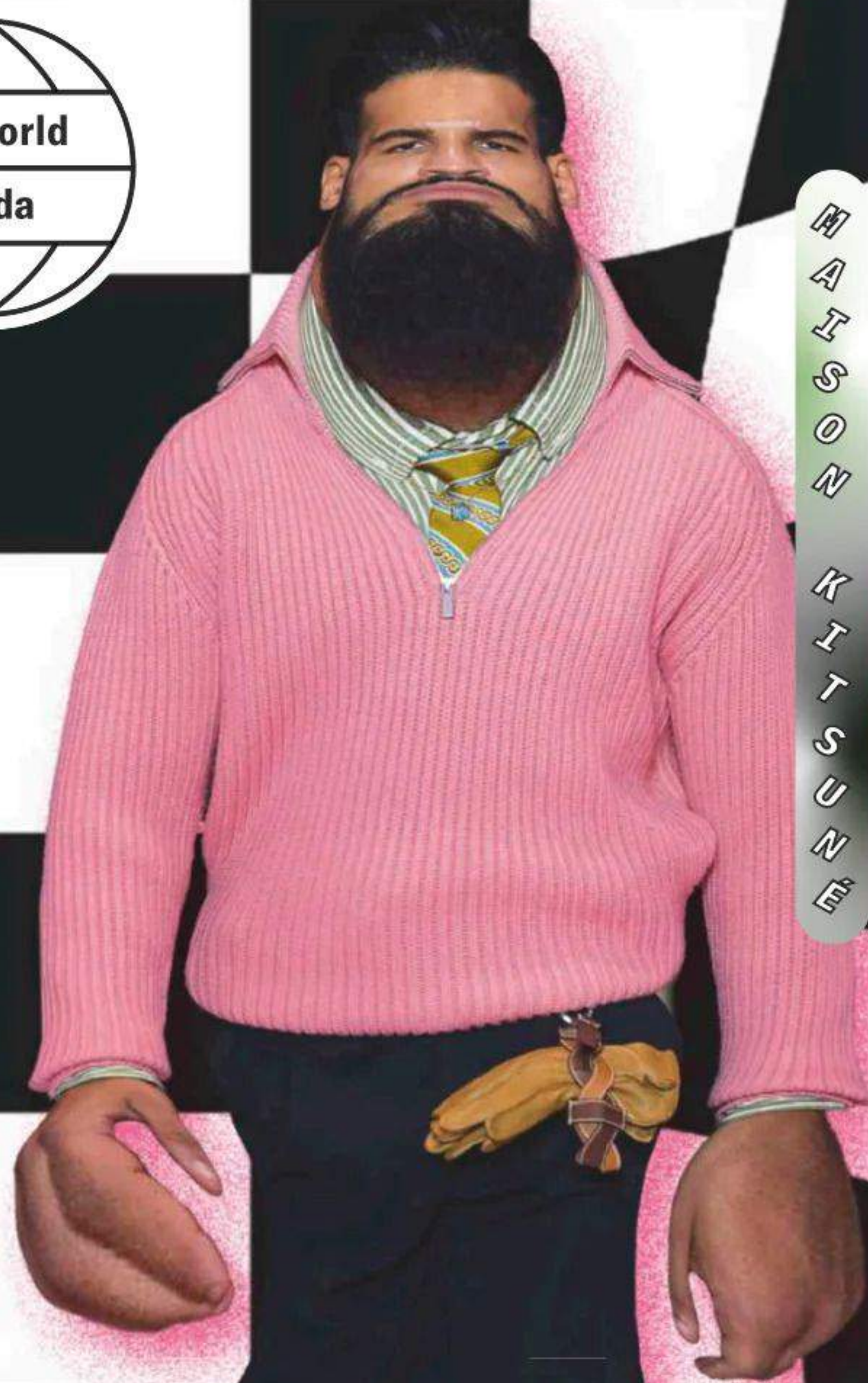


GIORGIO ARMANI



RUDE





HAISON KITSUNE



KENZO



DROLLE MONSIEUR



WALLES BONNER



AMIRI

KIDS SUPER

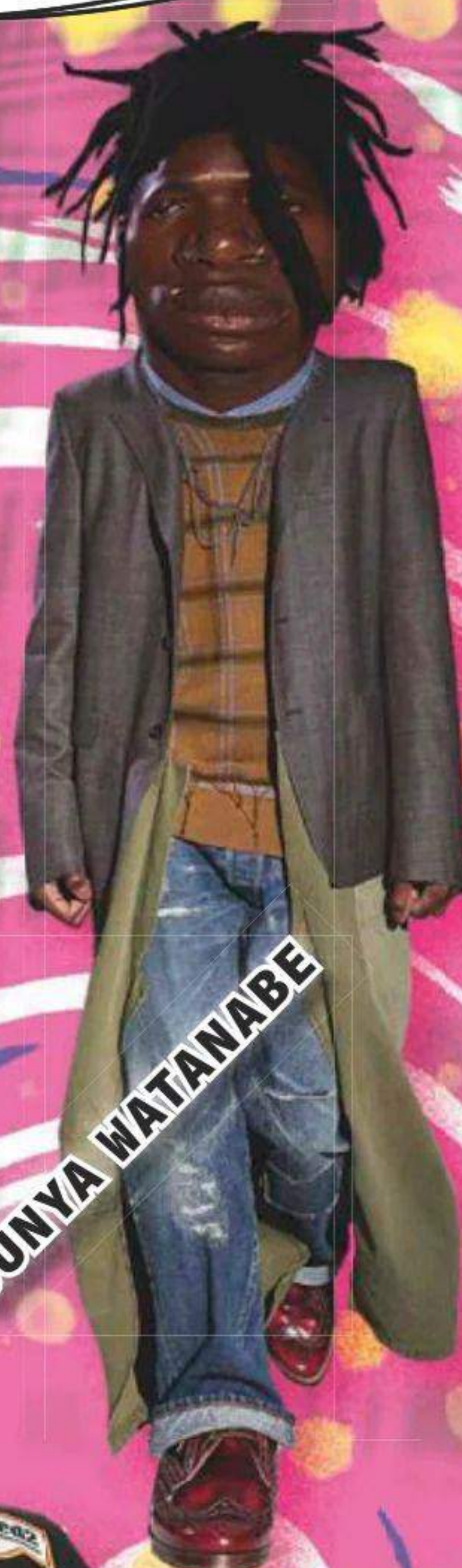
W
O
R
L
D
G
Q



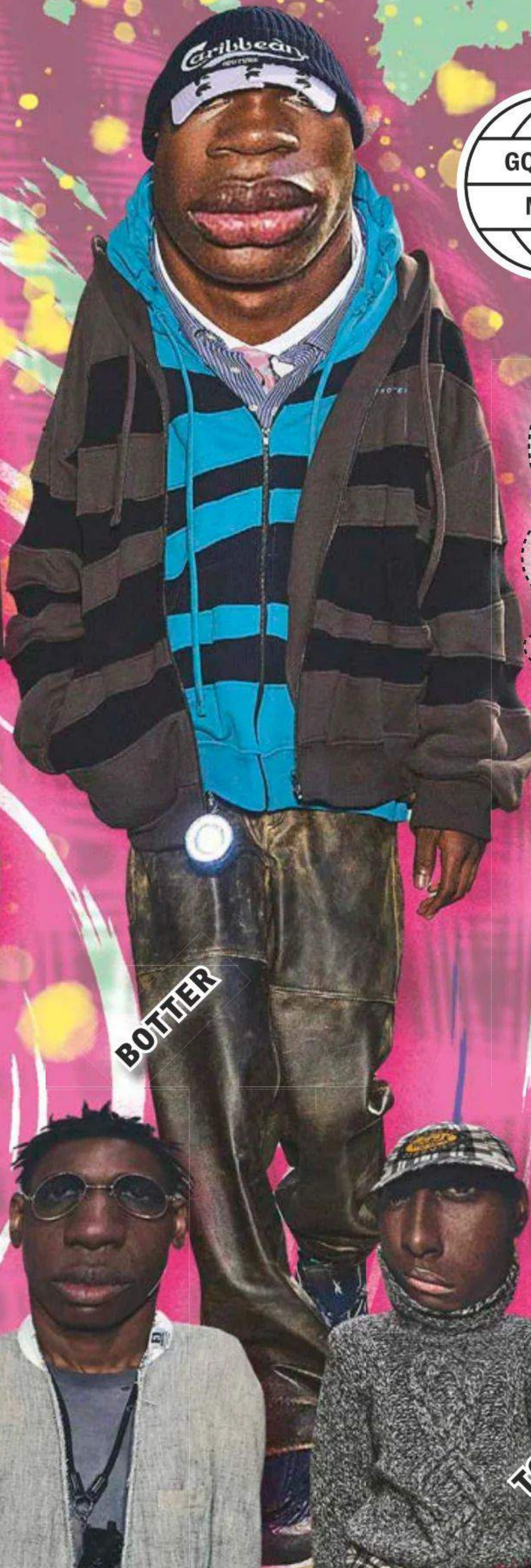
HERMÈS



YOHJI YAMAMOTO



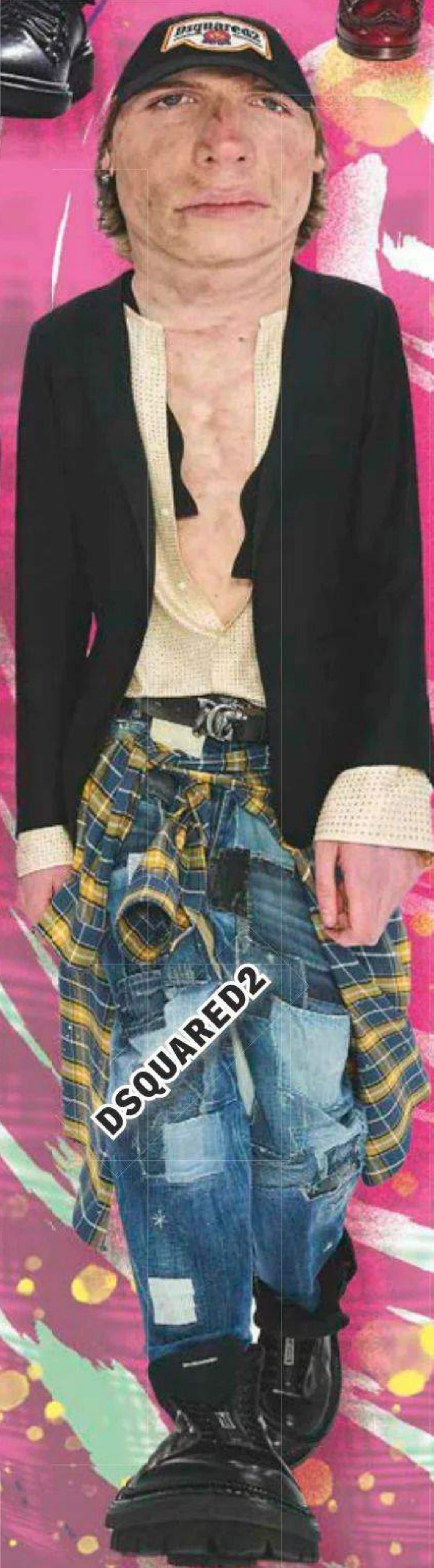
JUNYA WATANABE



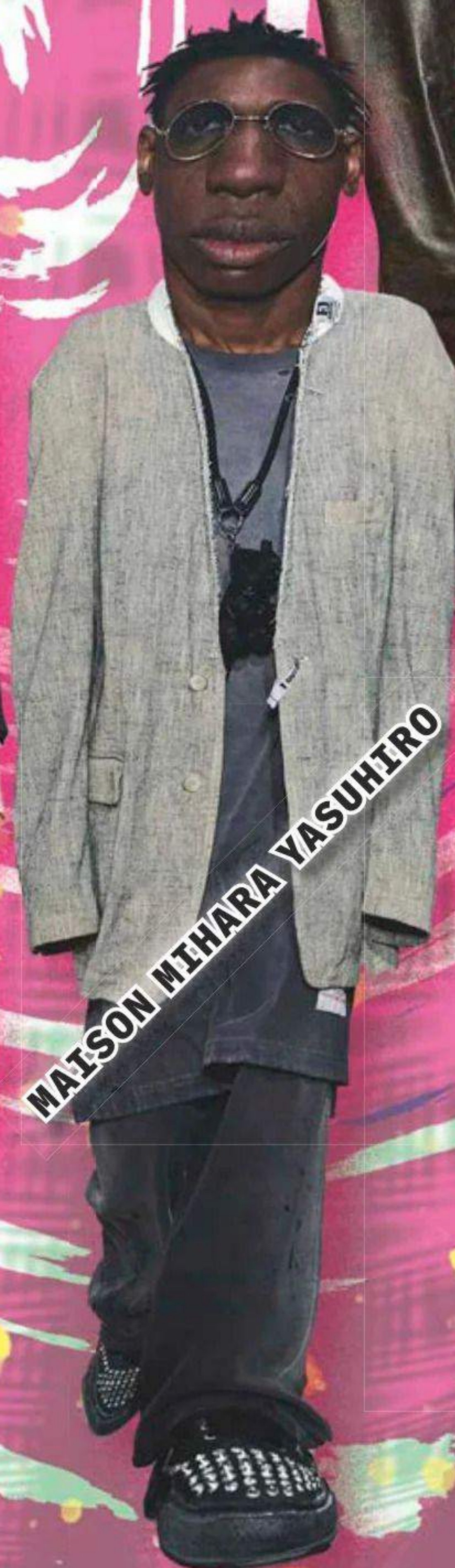
BOTTER



JW ANDERSON



DSQUARED2



MAISON MIHARA YASUHIRO



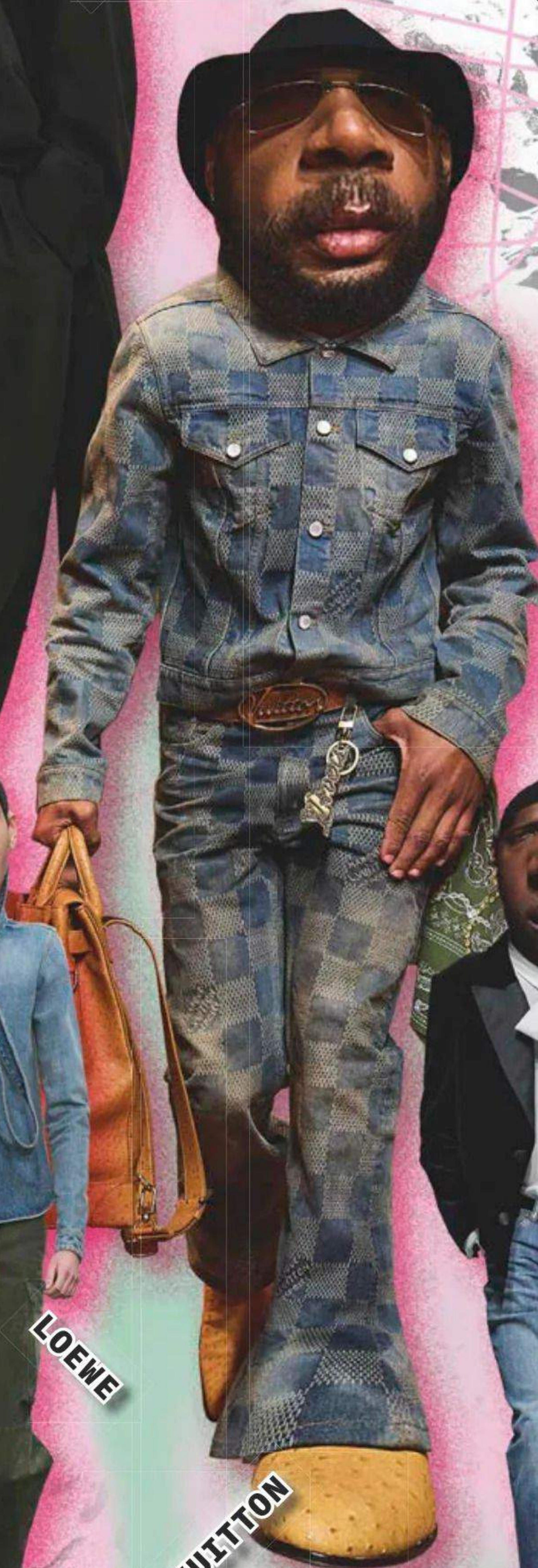
TODD SNYDER



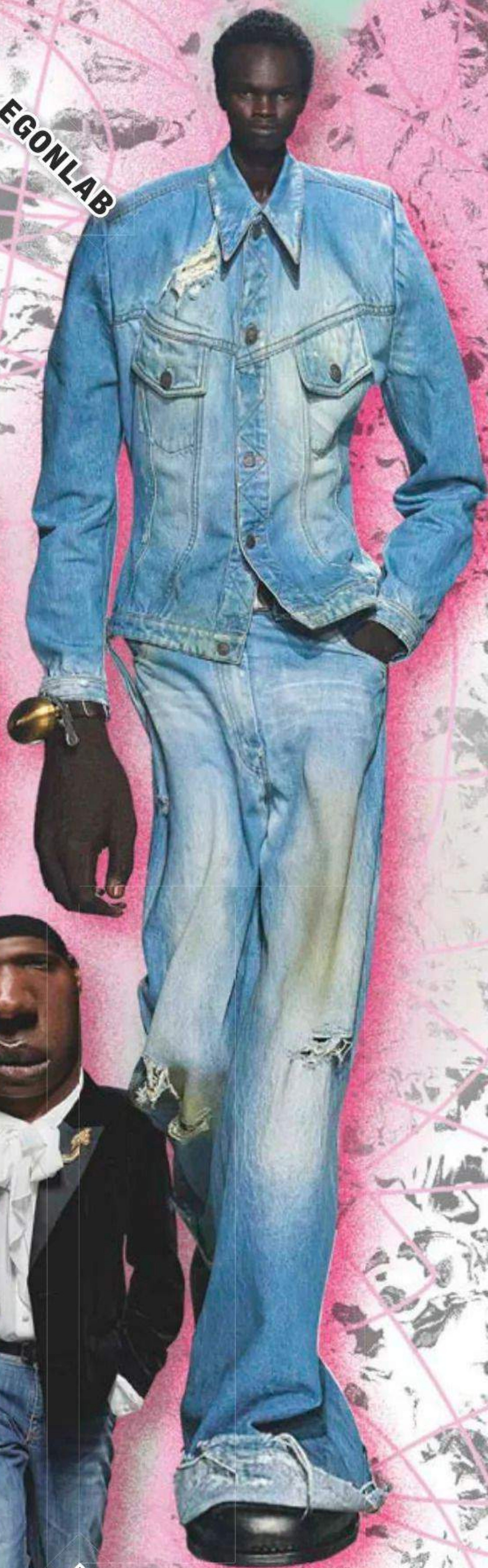
WOORYOUNG-T



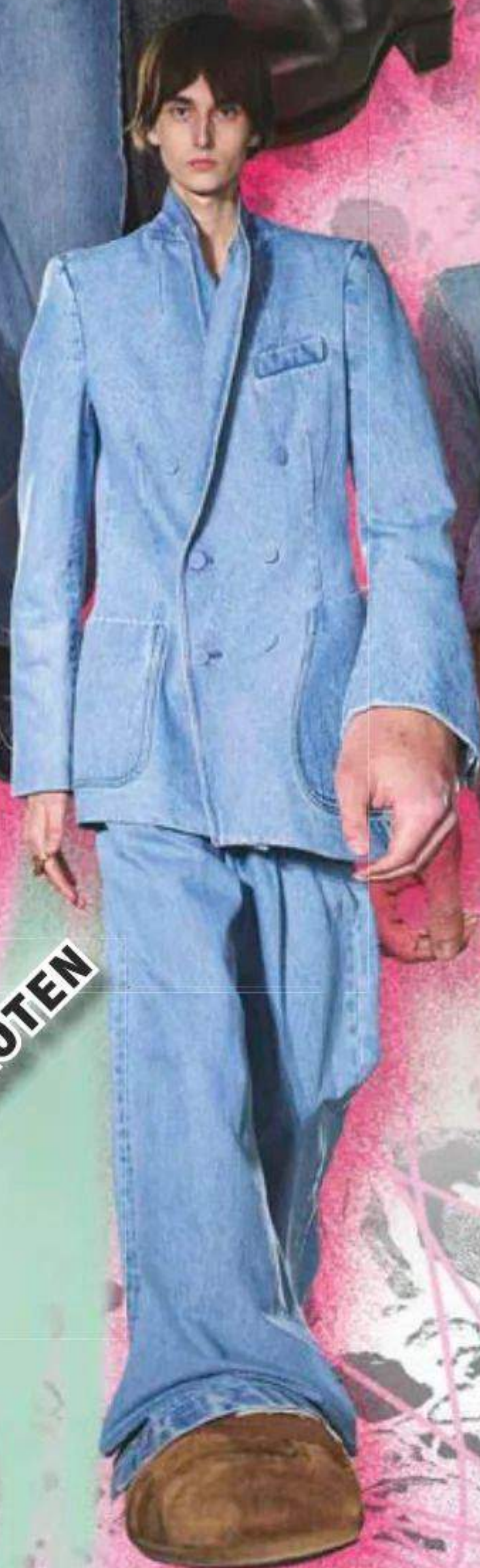
LEMAIRE



LOUIS VUITTON



EGONLAB



DRIES VAN NOTEN



LOEWE



DOLCE & GABBANA

DENIM COWBOY

ABRIGO EXTRA LARGO

GQ World

Moda

08

MEGNA

BALMAIN

OFFICINE GENERALE

RICK OWENS

K-WAY

BOTTEGA VENETA

LOUIS GABRIEL NOUËT

JORDANLUCA

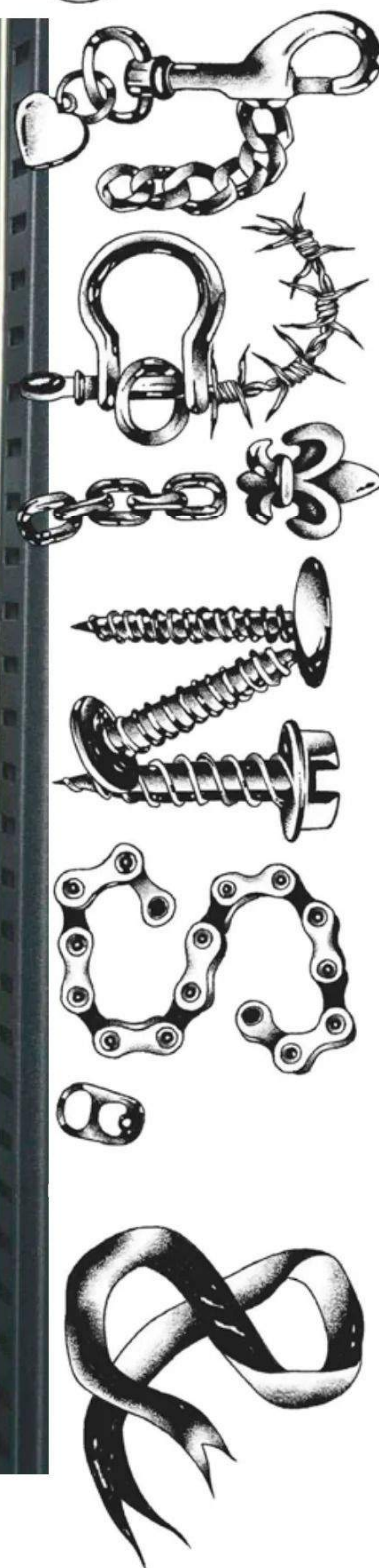


**El bolso
del
momento
es el
que te
haces tú
mismo.**

POR YANG-YI GOH

**FOTOGRAFÍA
COREY OLSEN**

**ESTILISMO
HALEY
GILBREATH Y
BRANDON TAN**





Hemos añadido las pesadas cadenas de Chrome Hearts para amplificar el aire *hardcore* de este bolso de **Balenciaga** de piel teñida y abundantes cremalleras (accesorios de Balenciaga —incluidos con el bolso—, Chrome Hearts y Chrome Hearts at Hirshleifers).



Cuelga una versión en miniatura (puedes ver cuatro en la página anterior) de los legendarios **Hermès** —bolsos Kelly a escala, algunos con caras sonrientes y ruedas— de tu complemento de tamaño normal, y prepárate para ser el centro de atención (accesorios de Hermès y Hermès at Hirshleifers).

CUANDO JANE BIRKIN —la actriz ya fallecida que inspiró el Birkin de Hermès— llevaba su bolso homónimo, lo hacía aún más suyo adornándolo con una variopinta panoplia de elementos: colgantes, llaveros, cuentas de oración, pegatinas, trozos de cinta, etiquetas de equipaje... El Birkin está considerado el bolso más difícil de conseguir del mundo. La oportunidad de comprar uno, por casi 10.000 euros, solo se ofrece a los clientes más valiosos de la casa francesa; en el mercado secundario, algunos Birkin han llegado a superar los 400.000 euros. Pero el estilo atrevido y espontáneo de Jane Birkin derribó del pedestal al *it bag* y lo convirtió en un accesorio vivido, querido, auténtico. Esa es la táctica que te aconsejamos adoptar con cualquier bolso, ya sea el de diseño o el de lona para ir al gimnasio. Tú defines el bolso, no al revés.

El estampado floral como de abuela de este bolso **Valentino** con flecos combina a la perfección con el collar de perlas Mikimoto y la cadena con pavé de diamantes de Tiffany HardWear (joyería usada como accesorios de Marla Aaron, Mikimoto y Tiffany & Co.).



Adereza este bolso de **Bottega Veneta** de piel de cordero tejida en *intrecciato*, revestido de ante rojo como un coche de carreras, con un revoltijo de *souvenirs* exagerados de Río, Roma y cualquier otro lugar que visites (accesorio en forma de bola de billar de Marland Backus).

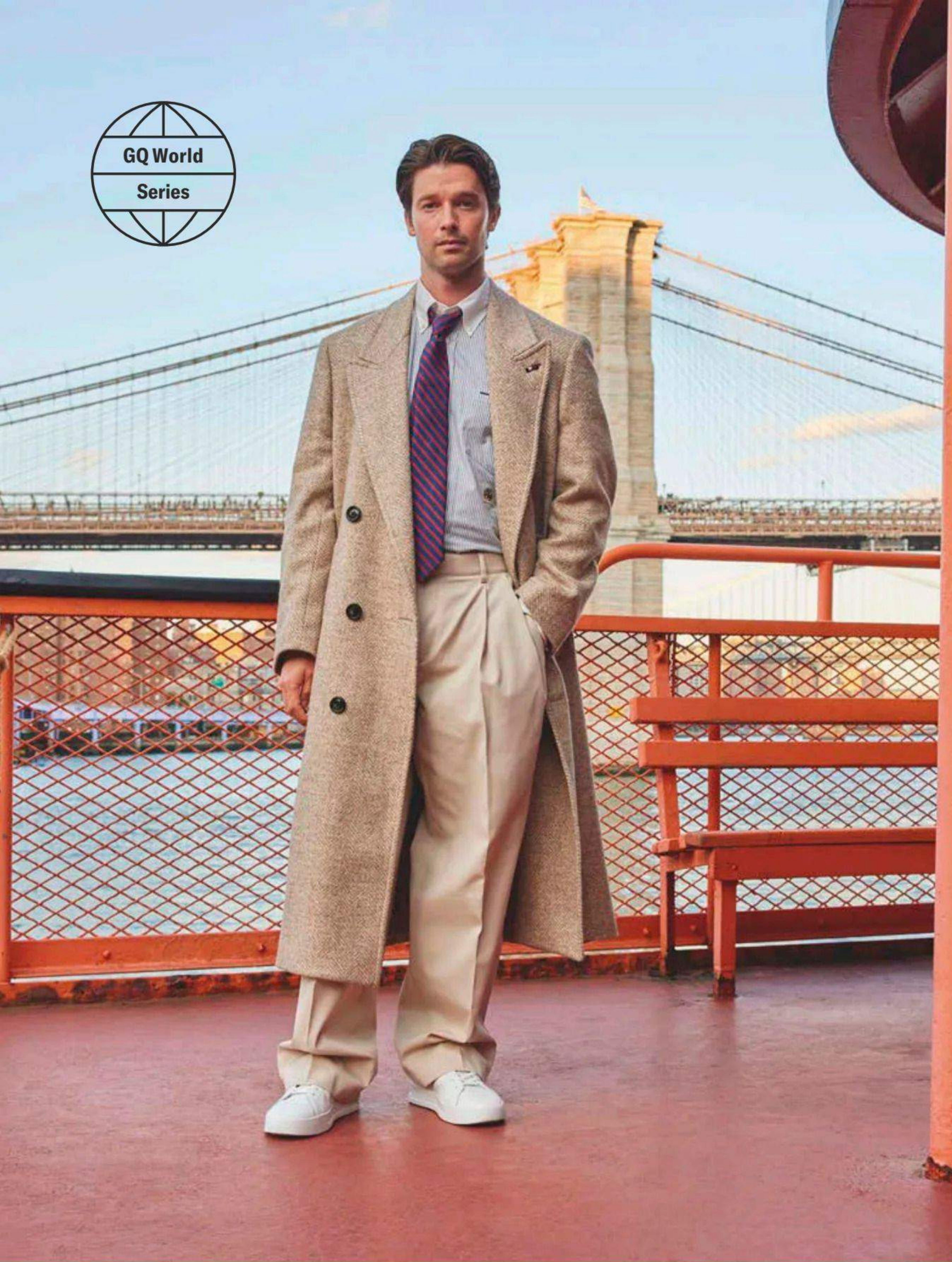




Esta bolsa de viaje de piel de **Louis Vuitton Men's** y sus hipnóticas incisiones como de plancha de metal calada rinden homenaje al Pont des Arts de París, y a los candados del amor que cuelgan de sus barandillas.



Esta sencilla bandolera negra de **Prada** recibe una descarga de extraña energía gracias a las cadenas de cuero trenzado y a los extravagantes colgantes de robot.



Bienvenidos a la era Patrick Schwarzenegger

El actor se prepara para afrontar tres proyectos mastodónticos, incluida la nueva temporada de *The White Lotus*, además de protagonizar la nueva campaña de Tommy Hilfiger. Por F. JAVIER GIRELA

PATRICK Schwarzenegger está en un buen momento. Nos sentamos con él a su vuelta a Los Ángeles tras asistir al desfile de Tommy Hilfiger en la Gran Manzana: “Ha sido espectacular regresar a Nueva York, estuve allí hace unos meses para fotografiar la campaña de la marca con Abby [Champion, su actual prometida]. Ha sido toda una experiencia estar rodeado de gente maravillosa,

descubrir las novedades de la colección, ver desfilas a Abby, saludar a Mr. Hilfiger en persona...”. Encontrarse con una leyenda americana no es algo que suceda todo los días, y el impacto de tenerlo enfrente es exactamente igual para todos, por muy acostumbrado que estés a lidiar con el *star system*: “Conocer a Tommy fue genial, porque soy muy fan de él, de su trabajo y de la empresa que ha creado, ¡es un icono!”, confiesa el actor californiano.

Patrick Schwarzenegger durante el desfile P-V 2025 de Tommy Hilfiger en NYFW.

“Me encantaría formar parte del Universo DC, pero por ahora no tengo planes de interpretar a ningún superhéroe”

—PATRICK SCHWARZENEGGER

No es el único icono con el que verás a Patrick Schwarzenegger en los próximos meses. El intérprete acaba de estrenar la serie *American Sports Story*, una nueva pata de la franquicia criminal de Ryan Murphy basada en el caso de Aarón Hernández y en la que el intérprete da vida al jugador de fútbol Tim Tebow.

Además, compartirá plano con Al Pacino en la película *Billy Knight* y ya se prepara para el lanzamiento de la tercera temporada de *The White Lotus*, rodada esta vez en Tailandia: “No puedo contar demasiado, pero habrá mucha comedia, mucha diversión, mucho sexo, mucha religión, mucha muerte, mucho de todo... Soy muy fan de la serie y un gran admirador de Mike [White, su creador], así que verme allí filmando con él y observar de cerca cómo iba imaginando que quedaría todo fue un poco extraño al principio. Estoy deseando ver el resultado final y disfrutarlo como espectador”, confiesa.

Donde muchos querrían verlo sería encarnando a Linterna Verde en la nueva revisión del Universo DC a cargo de James Gunn, algo a lo que no renuncia: “Me encantaría formar parte del DCU y trabajar con alguien como James, pero por ahora no tengo planes de interpretar a ningún superhéroe ni hay ningún contrato sobre la mesa”, zanja ante los rumores. Lo que sí está claro es que comienza una nueva era Schwarzenegger. Y esta vez el protagonista es el hijo. ❖

F. JAVIER GIRELA es editor de moda de **GQ España**.

En busca del tiempo

Loco lugar este mundo, caballeros

CUANDO CREÍAMOS que la moda era robar relojes (¿quién no ha visto el capítulo de *Equipo de Investigación* de La Sexta sobre el tema?), una noticia que leí en agosto me hizo pensar que o bien las tendencias están cambiando o vivimos en un mundo de locos.

La noticia a la que me refiero decía que un empleado de un restaurante de Platja d'en Bossa de Ibiza había encontrado un Rolex olvidado en una mesa y se lo había entregado a la Guardia Civil. Después, el Rolex fue traspasado a la Policía Local de Sant Josep, que se encargó de su gestión como objeto perdido.

Imagino que a estas alturas habrán dado con el dueño del reloj, aunque probablemente muchos habrán intentado apropiarse de la autoría del olvido... Imagino, digo, pero no sé si con este Rolex pasará lo mismo que con tres de los relojes que le desaparecieron a Picasso, quien tenía una considerable colección, y de los que nunca se ha vuelto a saber nada desde su muerte en 1978. El artista fue fotografiado con un Jaeger-LeCoultre Master Triple Calendar en oro rosa, un Rolex GMT Master-II y un Patek Philippe Reference 2497.

La historia del Patek Philippe de John Lennon es otra de las curiosidades más intrigantes de la relojería. Bob Gruen, famoso por retratar a las estrellas del rock, fotografió a Lennon mientras llevaba el Patek Philippe 2499 durante las sesiones de *Double Fantasy*, justo antes de ser asesinado por un fan trastornado en diciembre de 1980. Yoko Ono le había regalado a Lennon el reloj por su cumpleaños dos meses antes de su muerte. Al parecer, se supo muchos años después que Ono colocó el Patek Philippe 2499 en una habitación cerrada con llave de su apartamento tras la muerte de Lennon y permaneció allí durante más de dos décadas. No hay espacio aquí para relatar el azaroso destino de este reloj supuestamente robado por el chófer de Yoko Ono (versión corta: pasó a manos de un nuevo propietario en Turquía en 2010, quien a su vez lo vendió en subasta cuatro años después), pero sí para dejar a todos pendientes del final de la intrigante serie que queda en manos del Tribunal Supremo de Suiza, que decidirá a quién pertenece el 'reloj perdido' de John Lennon, ya que Ono nunca declaró su pérdida.

Y ahora viene lo bueno. El Plan Nacional sobre Drogas subasta más de 500 relojes de



alta gama procedentes del narcotráfico. Se trata de 108 lotes de los cuales 68 son piezas de alta gama, mientras que los 40 restantes son de gama media y baja. Los relojes, de mujer y hombre, se encuentran actualmente en un amplio abanico de precios, que va desde 5 euros hasta 5.050 euros, la puja

más alta hasta el momento para un modelo de Rolex Submariner.

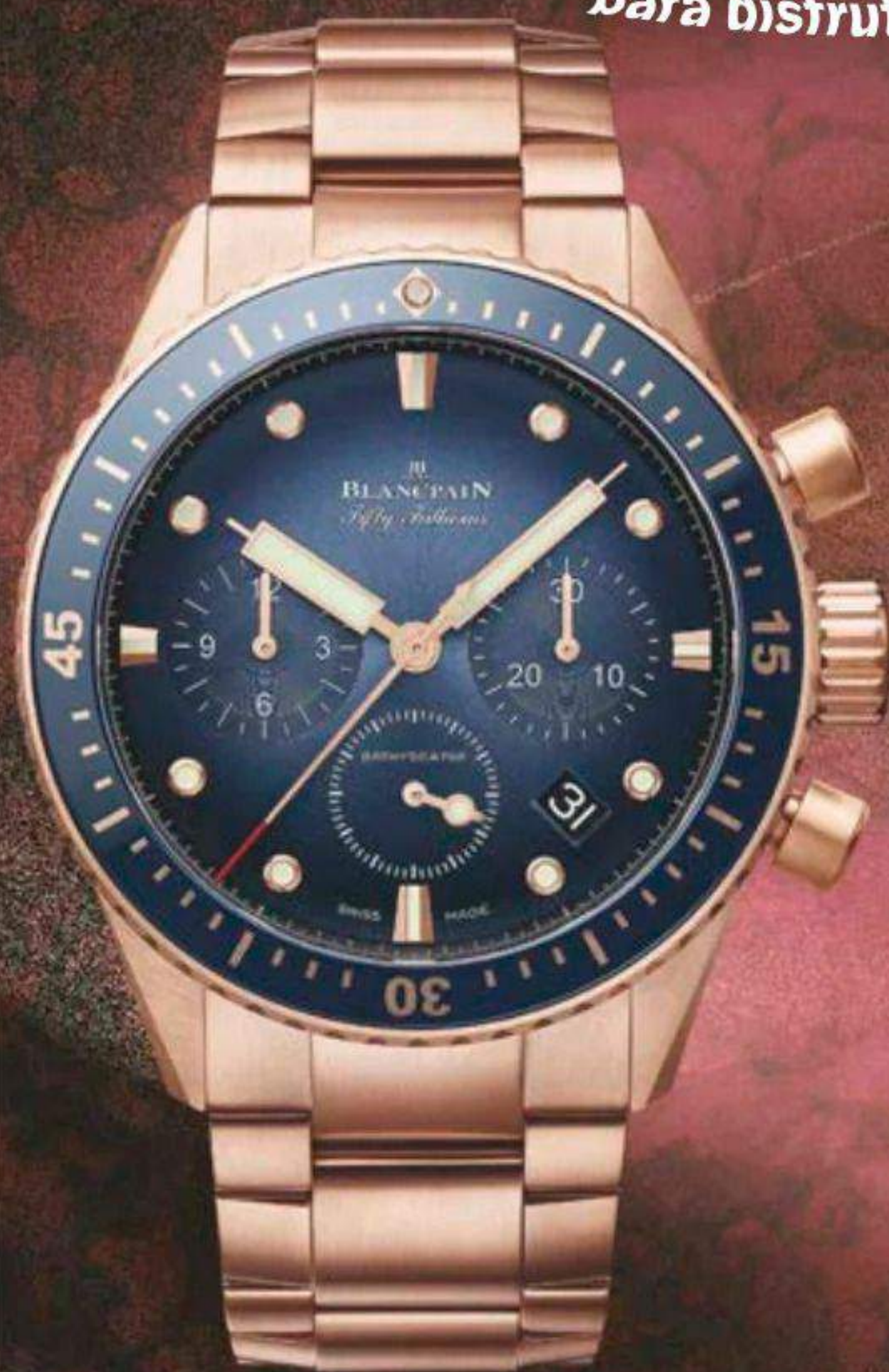
¿Puede ser que nos esté afectando el inminente cambio horario? ❧

BEATRIZ ROLDÁN es periodista experta en relojería y colaboradora de GQ.

Tiempo de calidad

Por tierra, asfalto y mar, estos top ten del momento ofrecen complicaciones técnicas y estéticas

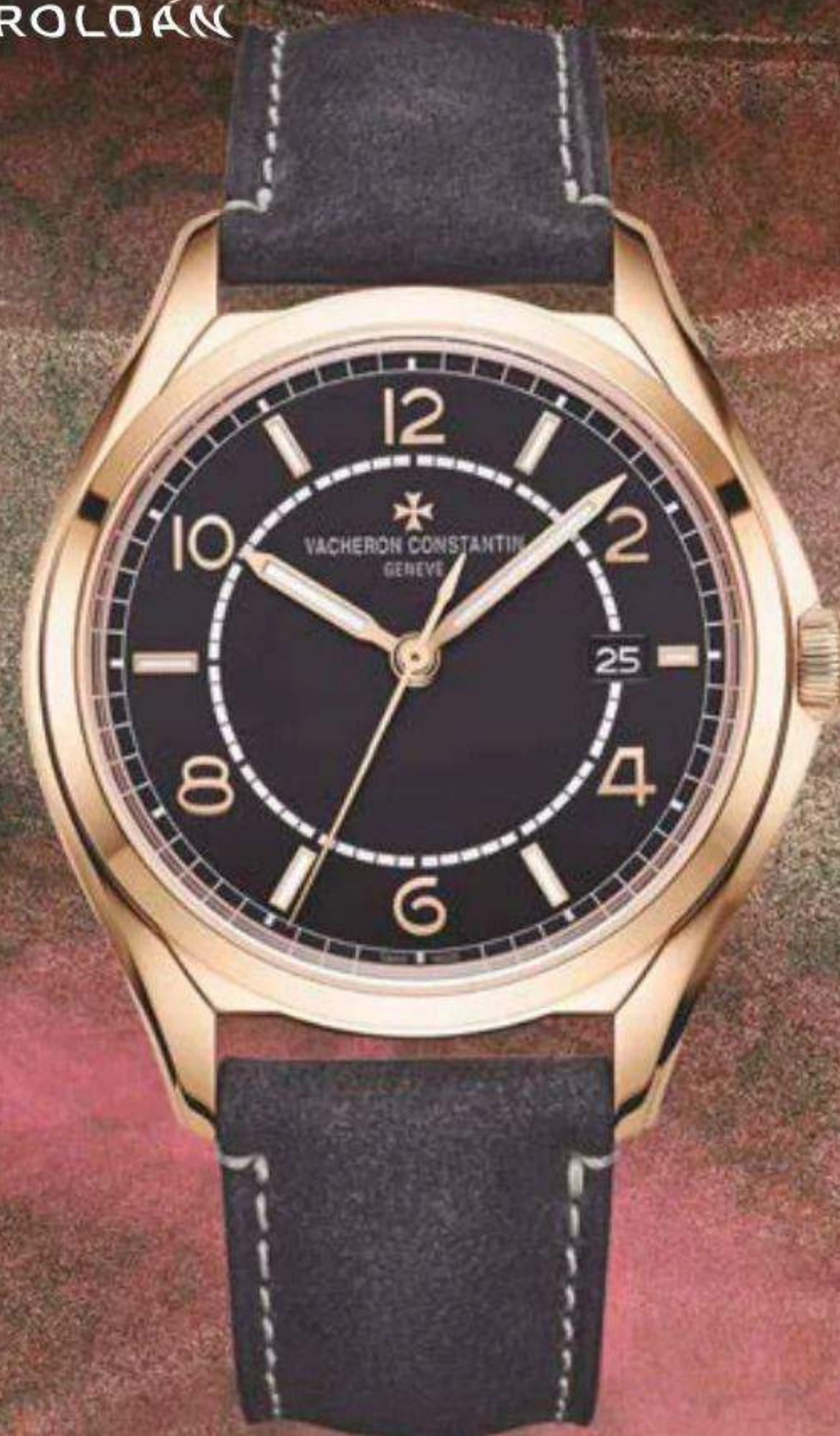
Para disfrutar a lo grande de tu tiempo. Por BEATRIZ ROLOÁN



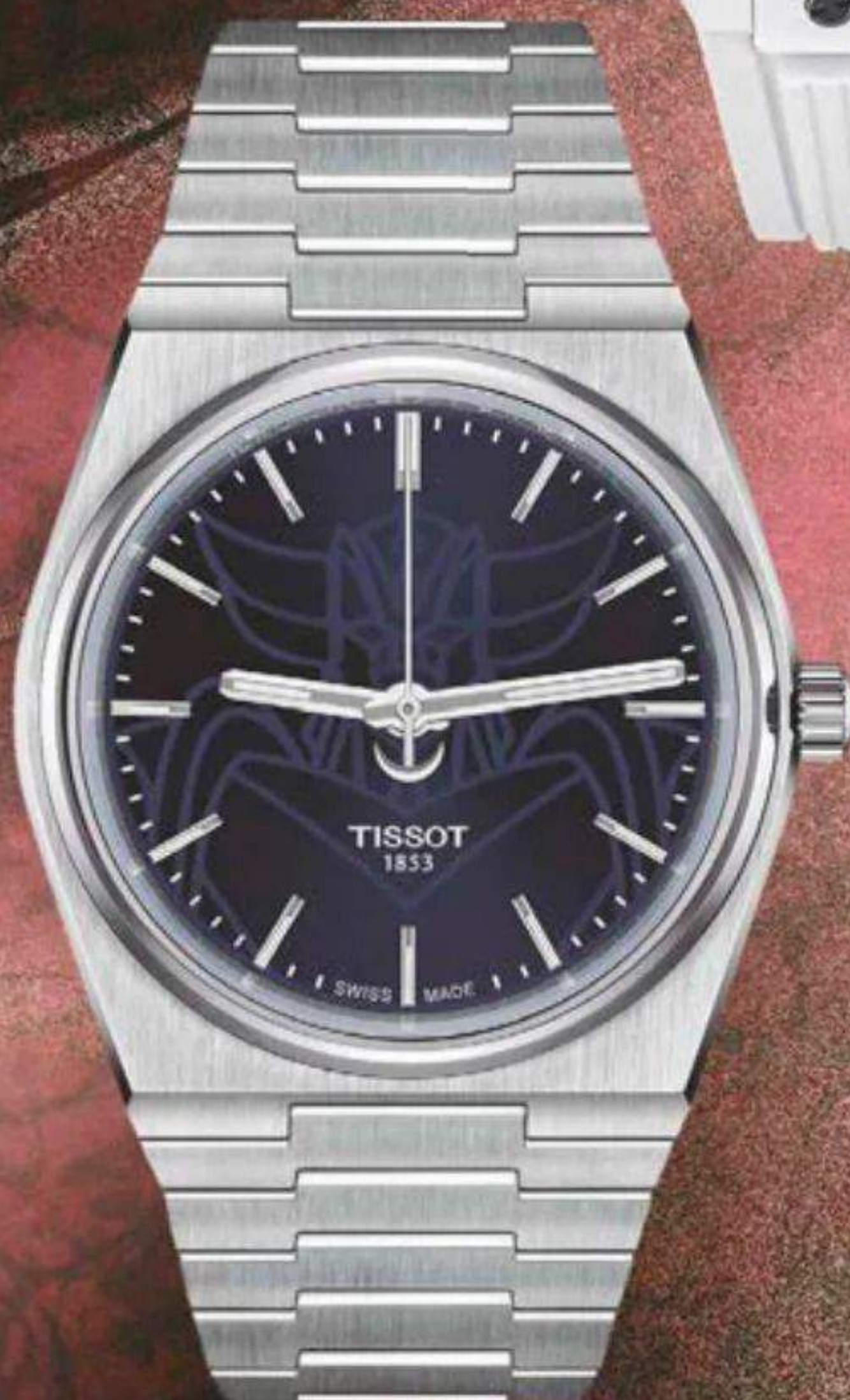
1



2



3



4



5

1. BLANCPAIN

Esta versión Chronographe Flyback, de caja y brazalete de oro rojo macizo, luce una esfera azul en degradado y acabado rayos de sol. El cronógrafo ratrapante permite medir intervalos de tiempo sucesivos. **60.500 €.**

**Fifty Fathoms
Bathyscaphe**

2. HUBLOT

El nombre de este modelo continúa con 5-Day Power Reserve White Ceramic, lo que significa que su esfera de zafiro permite ver el calibre de manufactura HUB6020 de cuerda manual con autonomía de 115 horas. **115.000 €.**

**Spirit of Big Bang
Tourbillon**

3. VACHERON CONSTANTIN

La caja de oro rosa de 40 mm de este modelo inspirado en los años 50 se combina con una esfera negra y una correa de piel de becerro en acabado nobuck y color antracita. Movimiento de cuerda automática. **C. P. V.**

Fiftysix

4. TISSOT

Esta versión del exitoso PRX es fruto de la colaboración con la serie de anime *UFO Robot Grendizer* y combina el diseño de los años 70 con la cultura manga popular. En caja de acero de 40 mm y esfera con busto del robot en SuperLumiNova. **895 €.**

PRX Grendizer

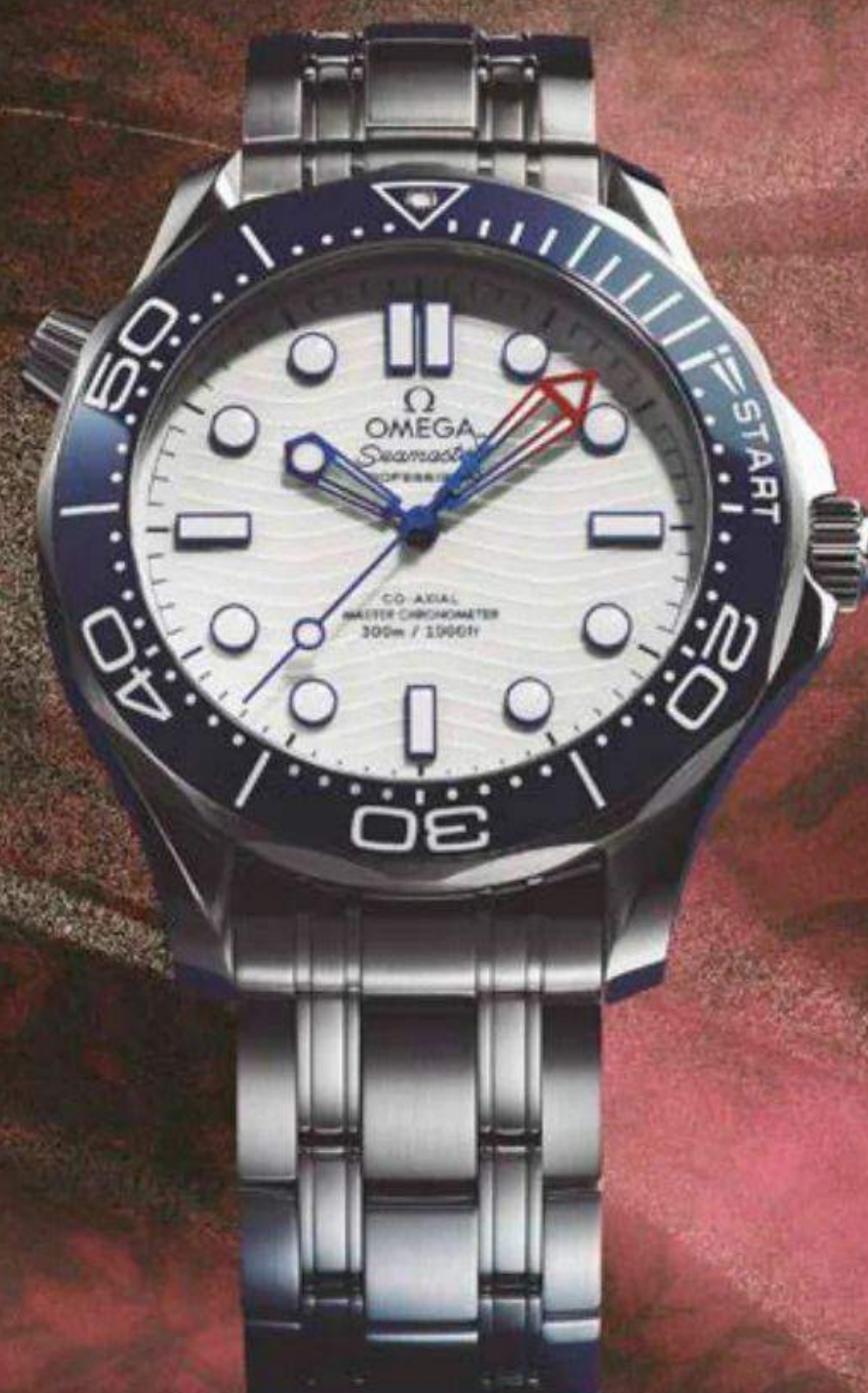
5. AUDEMARS PIGUET

Modelo automático en caja de 43 mm de acero y bisel con revestimiento de caucho azul a juego con la correa. La esfera Méga Tapisserie azul ahumado aloja el diseño de tres agujas y fecha. Viene con correa adicional de caucho negro. **27.500 €.**

Royal Oak Offshore



6



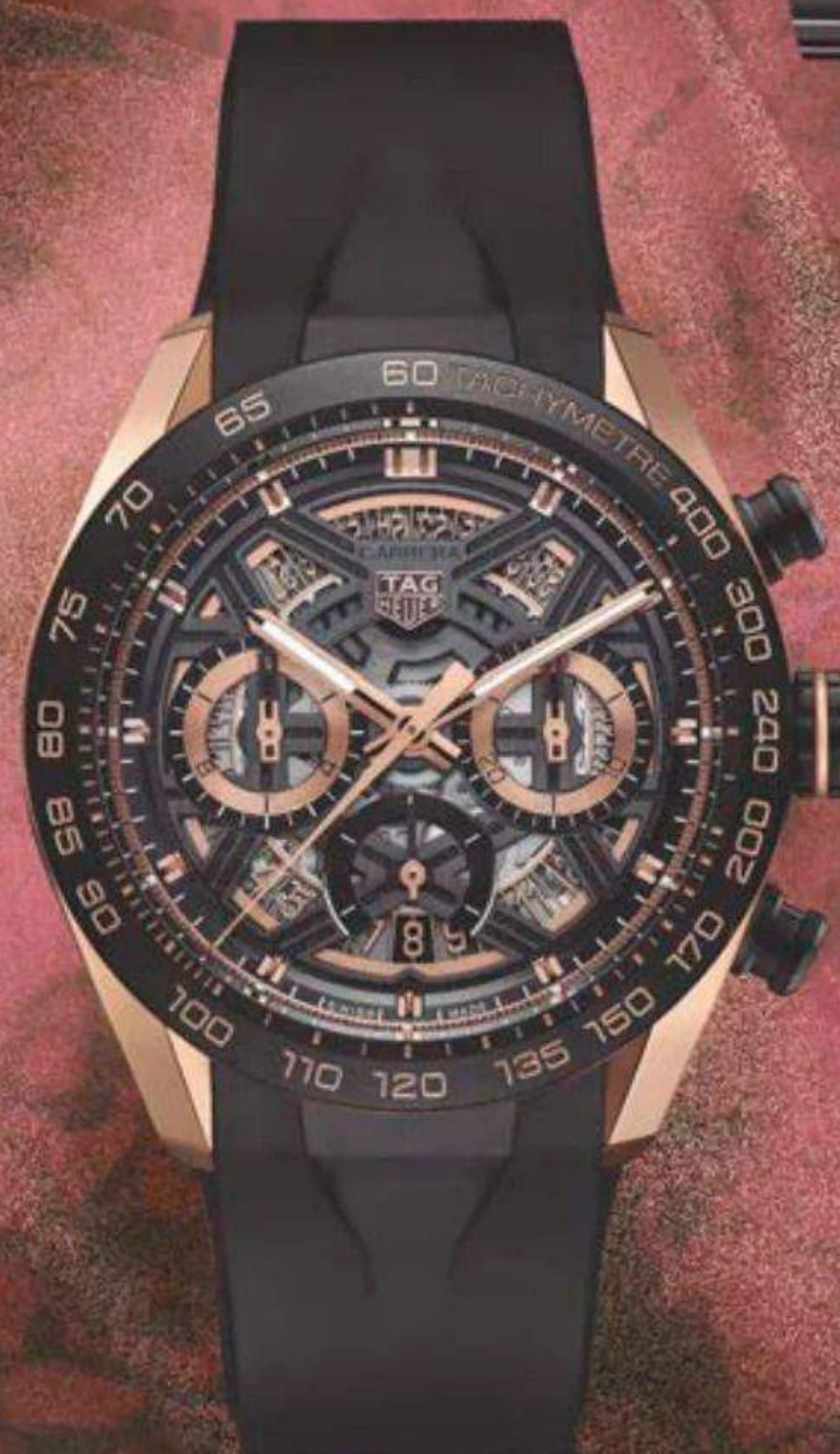
7



8



9



10

6. TUDOR

Este reloj de venta exclusiva en *boutiques* presenta una esfera de un color que es conocido por los fans relojeros como "azul Tudor". En el interior de su caja de acero se aloja el calibre cronógrafo de manufactura certificado por el COSC. **5.780 €.**

Black Bay Chrono

7. OMEGA

Con este reloj Omega celebra su papel como Cronometrador Oficial de la edición 37ª de la America's Cup. En acero noble y bisel de cerámica, incorpora escala de regata con una sección Start para competiciones. **7.200 €.**

Seamaster Diver 300M

8. LONGINES

Esta pieza certificada como reloj de buceo incluye un brazalete de acero con doble cierre de seguridad desplegable y micro ajuste. La caja de 39 mm es hermética hasta 300 metros. Tiene una autonomía de 72 horas. **3.800 €.**

Legend Diver

9. CARTIER

Este modelo de doble huso horario tiene caja de acero y una corona decorada con una espinela sintética azul. El brazalete incorpora el sistema de modificación de la talla SmartLink. Con correa adicional de aligátor. **10.000 €.**

Santos de Cartier Dual Time

10. TAG HEUER

La versión Extreme Sport del Carrera cronógrafo combina titanio de grado 2, cerámica y oro rosa 5N, además de un bisel de cerámica negra con marcas doradas y una esfera esqueletada revestida de NAC. **12.100 €.**

Carrera Chronograph



IZQUIERDA
Escale en oro
rosa con
esfera azul
texturizada.
29.000 €.

DERECHA
Escale en oro
rosa con
esfera blanca.
29.000 €

ABAJO
Escale de
platino con
esfera de
meteorito.
39.000 €.

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

Viajar en el tiempo

Louis Vuitton revigora el reloj Escale con cuatro nuevos modelos inspirados en el viaje que celebran su primera década de vida. Por HÉCTOR IZQUIERDO

E **L ESCALE** cumple diez años y, para celebrarlo, Louis Vuitton ha decidido homenajearlo con cuatro modelos que rinden homenaje a la artesanía del viaje, terreno en el que la firma parisina encuentra su mejor tradición. Así, por ejemplo, es fácil identificar en la escala de los minutos de estas piezas la sutil referencia a los típicos remaches de sus baúles. También están presentes, a las 12, 3, 6 y 9, los refuerzos de latón en las esquinas que caracterizan a este emblemático

equipaje, y en los dos modelos de oro rosa las esferas se han texturizado a imitación del tejido Monogram. Hay otras esferas, de ónix y meteorito, para los dos relojes de platino, y todos presentan correas de cuero que responden asimismo a la tradición guarnicionera de Louis Vuitton.

Los cuatro modelos, primeros Escale con segundero, llevan dentro el calibre automático LFT023, de 50 horas de reserva de marcha y certificado como cronómetro. ❏

H. I. es redactor jefe de GQ.



Un buceador de oro macizo

Con este reloj de oro de 320 gramos y sumergible hasta 3.900 metros Rolex redefine el buceo profesional.

Por BEATRIZ ROLDÁN

DESDE 2008, el Oyster Perpetual Deepsea ha continuado la historia de los Rolex concebidos para la exploración de las profundidades (esto es, el celebrísimo Submariner y el no menos famoso Sea-Dweller). Sin embargo, hoy es la primera vez en 16 años de la existencia de esta colección, y en toda la historia de los relojes de buceo de Rolex, que se crea un modelo de oro amarillo para la inmersión.

Modelado en su propia fundición, al oro se le han sumado elementos de cerámica o titanio RLX. Otro componente reseñable es la réplica de los colores oceánicos en el reloj: tanto en la esfera lacada con grandes índices con formas geométricas —triángulo, círculo y rectángulo— y agujas de Chromalight junto con la inscripción “DEEPSEA” en amarillo empolvado, como en la anilla de compresión (parte del sistema Ringlock, esto es, una arquitectura de caja que permite al reloj soportar la presión a profundidades extremas); y, finalmente, en el disco de bisel Cerachrom. Su movimiento tiene, además, hasta 70 horas de reserva de marcha. ❏

BEATRIZ ROLDÁN es colaboradora de GQ.

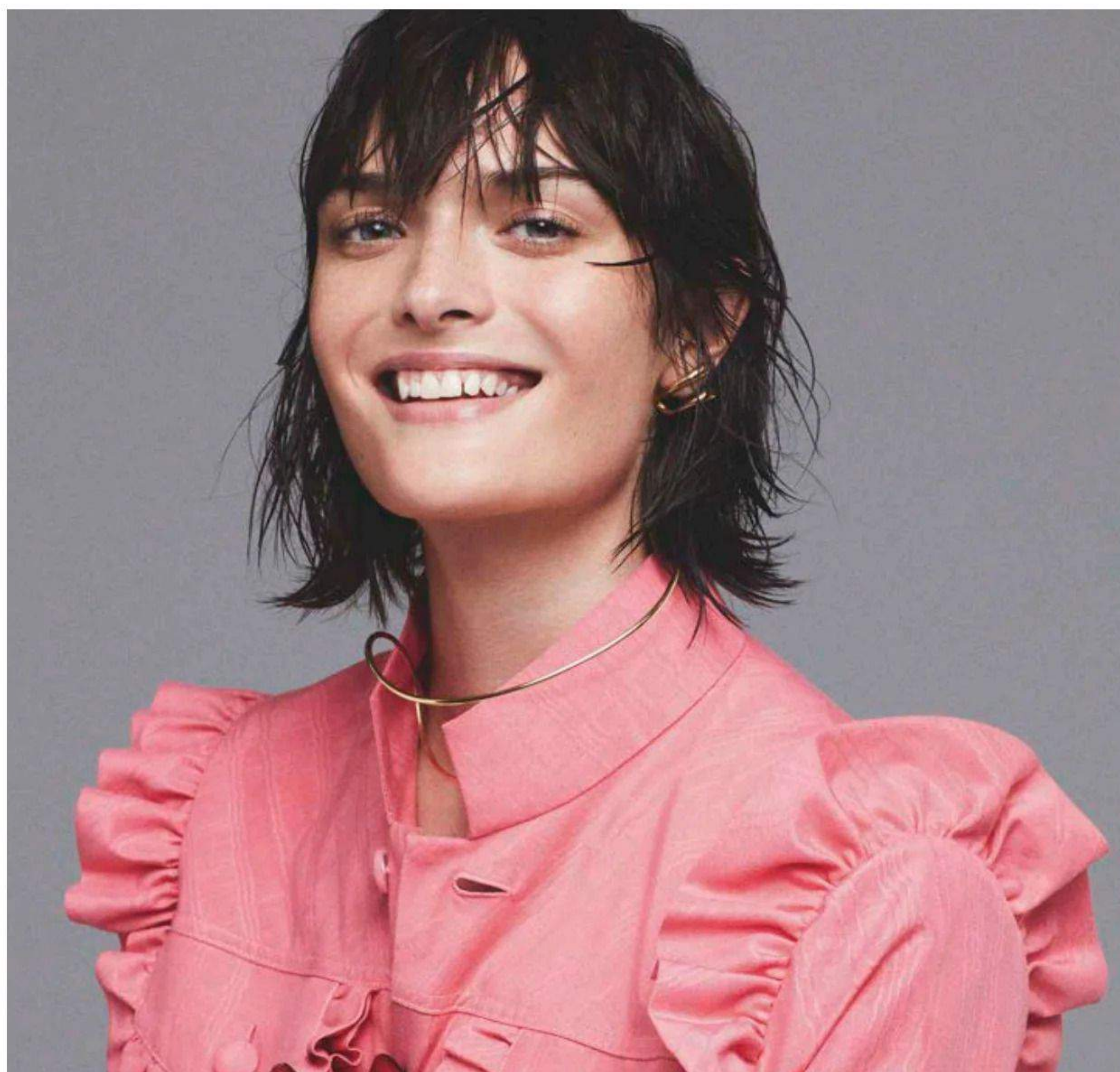


Su bisel giratorio con disco de Cerachrom permite visualizar los tiempos de inmersión y descompresión con seguridad. 56.300 €.



M Á S T E R VOGUE

Imagen de Moda: Estilismo y Medios Audiovisuales
Conviértete en un profesional de primera en el área que
más te gusta, **la moda.**



Fotógrafo Alvaro Beamud Cortés; Modelo Sam Rollinson

Disfruta de un acceso privilegiado con Vogue, los mejores profesionales de las empresas más relevantes, y la prestigiosa Universidad Carlos III de Madrid al universo de la moda, la industria audiovisual, la publicidad, el comercio online y las marcas de estilo de vida.

Formación especializada e innovadora que combina teoría y (muchísima) práctica.

Programa presencial - Fundamentos teóricos - Master Classes - Talleres y workshops
Visitas a empresas - Prácticas garantizadas en el sector - Apoyo en la carrera profesional

Máster de Formación Permanente en Imagen de Moda: Estilismo y Medios Audiovisuales UC3M-VOGUE

**CONDÉ NAST
COLLEGE
SPAIN**

www.condenastcollege.es
infoadmisiones@condenastcollege.es

En colaboración con:

uc3m

Universidad
Carlos III
de Madrid

BEYONCÉ
PÁG. 064

CASAS Y CORTÉS
PÁG. 078

MODA
PÁG. 086

WES LANG
PÁG. 102

NUEVAS REGLAS
PÁG. 108

NOTRE DAME
PÁG. 114

PIJOS
PÁG. 120

304

**“NO SE TRATA
DE SER
PERFECTA.**

**SE TRATA
DE SER**

REVOLUCIONARIA”

Beyoncé Knowles-Carter
nos habla de negocios, legado, arte y familia.

POR FRAZIER THARPE FOTOGRAFÍA BRYCE ANDERSON ESTILISMO KATIE GRAND



B

BEYONCÉ SE LIBERA.

A mitad de *Cowboy Carter*, su octavo y más reciente álbum de estudio, lanzado la pasada primavera, una voz expone la declaración de intenciones del proyecto por encima de unas alarmas estridentes y un ritmo atronador, afirmando que el concepto de género es una especie de confinamiento para aquellos artistas cuya creatividad es demasiado amplia para encajar en un molde estricto. Poco después, la propia Beyoncé irrumpe comparándose con Thanos, el villano de Marvel que buscaba piedras preciosas de poder místico para apoderarse de ellas y reunir las en una superarma unificada.

Puede que no haya vídeo musical que la acompañe, pero la letra evoca una potente imagen: Beyoncé, armada con un guantelete deslumbrante, derribando todos los muros, etiquetas o moldes limitantes que la industria ha intentado ponerle a lo largo de sus 30 años de carrera.

Es un tema que se aplica a gran parte de lo que Beyoncé ha hecho en la última década, especialmente en el último par de años: una misión de reivindicación, de volver a situar la negritud en espacios en los que se ha restado importancia a su influencia, ya sea en el rodeo, en las grandes llanuras americanas o en las sudorosas pistas de baile.

Es el legado lo que impulsa el proyecto. Cada paso adelante se ilumina con una mirada retrospectiva, un viaje a través del tiempo que rastrea sus propias raíces, a la vez que le permite entender que su árbol genealógico es solo uno más en un bosque más extenso donde todo está conectado. Por eso, todo lo que hace parece mucho

más grande. Un nuevo álbum con influencias *country* no es solo un ejercicio para deshacer las restricciones del género; es una lección de historia, donde los pioneros olvidados pueden encontrar un sostén y los verdaderos linajes pueden ser explorados (esa voz que cuestiona los géneros pertenece a Linda Martell, la pionera negra del *country* cuyos esfuerzos sufrieron

←←

PÁGINA
ANTERIOR
Vestido
Rick Owens.

Pendientes
Boucheron.

Anillo (en la
mano derecha)
**Lorraine
Schwartz Fine
Jewelry.**

Anillo (en la
mano izquierda)
Jacob & Co.



Look completo
y cinturón
**Saint Laurent
by Anthony
Vaccarello.**

Pendientes y
pulsera
**Cartier High
Jewelry.**

parte de las mismas resistencias a las que se enfrentó Beyoncé).

Y como tal, sus incursiones tanto dentro como fuera de la música tienen más peso del que cabe esperar de la mayoría de famosos que son su propia marca. Por ejemplo, sentimos de un modo trascendental e inevitable el hecho de que, a finales de julio, la

vicepresidenta Kamala Harris presentara *Freedom* como banda sonora del primer anuncio de su campaña presidencial, con la voz y la letra de Beyoncé comunicando un nuevo momento político.

A sus 43 años, Beyoncé ha demostrado una y otra vez su capacidad para ejercer un inusual control sobre su imagen, su música



y su mundo empresarial. Se ha convertido en una experta a la hora de romper las reglas e irrumpir en nuevos espacios, en los negocios y en el arte, creando a su paso nuevas normas y nuevas oportunidades para los demás. A este ritmo, no hay frontera que no pueda conquistar, ni logro que esté fuera de su alcance. Como dice el final de ese verso

de *Cowboy Carter*: “No soy una cantante normal, ahora ven y consigue todo lo que viniste a buscar”. Aun así, queda mucho que preguntarse: ¿qué le hace continuar, tres décadas después, cuando no tiene nada que demostrar? ¿Quién es ella realmente, entre los álbumes aclamados por la crítica, las giras de éxito y los documentales de

sus conciertos? Este verano, en un extenso intercambio de opiniones por correo electrónico, pudimos empezar a entenderlo.

GQ: ¿Dónde te encuentras ahora? ¿Qué has hecho hoy?

BEYONCÉ: Estoy en la Costa Este, disfrutando un poco del sol veraniego.



EN BEYONCÉ
Look completo
Saint Laurent
by **Anthony**
Vaccarello.

Zapatos de la
estilista.

Sombrero de la
estilista
Stetson.

Anillos
(en la mano
izquierda, y en la
derecha, arriba)
Lorraine Schwartz
Fine Jewelry.

Anillo (en la mano
derecha, en medio)
De Beers.

Anillo (en la mano
derecha, abajo)
Briony Raymond.

EN EL EXTRA
Look completo
Phipps.

Botas
Phipps x Grenson.

Sombrero de la
estilista.



La mayoría de los días intento levantarme a las seis de la mañana, y hago un hueco de una hora o dos para trabajar antes de que se levanten los pequeños. Trabajar y ser madre, seguir avanzando, abrazar la belleza y el caos que hay en ello.

Tenemos la casa llena de primos y amigos, con concursos de talentos espontáneos y el ruido de fichas de dominó. He intentando centrarme en mi bienestar, en tomar mis suplementos y comer muy sano. Este verano he dejado de comer carne, excepto pavo. Procuro reunir fuerzas para hacer ejercicio, pero hoy no puedo. Tal vez mañana. ¡Jaaa!

Tu nuevo álbum, como es bien sabido, se titula *Cowboy Carter*, no *Cowgirl Carter*.

¿Qué quieres expresar sobre género y raza con ese título?

Quería que todo el mundo se tomara un minuto para investigar sobre la palabra cowboy, vaquero. La historia la suelen contar los vencedores. ¿Y la historia americana? Se ha reescrito sin cesar. Hasta una cuarta parte de los vaqueros eran negros. Esos hombres se enfrentaron a un mundo que se negaba a verlos como iguales y, sin embargo, fueron la columna vertebral de la industria ganadera.

El vaquero es un símbolo de fuerza y aspiración en Estados Unidos. Debe su nombre a los esclavos que trabajaban con el ganado. La palabra cowboy viene de aquellos a los que se llamaba muchachos, y a quienes nunca se dio el respeto que merecían. Nadie se atrevería a llamar “señor” a un negro que trabaja con las vacas. Todos merecemos respeto, sobre todo cuando lo damos.

¿Cómo ha sido tu experiencia, como mujer negra, en círculos empresariales en los que muchos podrían haber asumido que no prosperarías?

Hay un gran contraste entre las trayectorias empresariales de hombres y mujeres. Los hombres suelen disfrutar el

lujo de que los perciban como los estrategas, el cerebro de sus empresas. Se les concede espacio para centrarse en el producto, en el equipo y en el plan de negocio. A las mujeres, en cambio, sobre todo las que están bajo el ojo público, se las suele encasillar como el rostro de la marca o la herramienta de *marketing*. Para mí es importante seguir adoptando el mismo enfoque que he adoptado con mi música y aplicar lo aprendido a mis negocios.

Estoy aquí para cambiar esa vieja narrativa. Estoy aquí para centrarme en la calidad. Intento elegir la integridad por encima de los atajos. He aprendido que el verdadero éxito no consiste en apoyarse en un nombre, sino en crear algo genuino, algo que pueda sostenerse por sí mismo. No se trata de ser perfecta. Se trata de ser revolucionaria.

Cowboy Carter es el segundo álbum de una trilogía que comenzaste hace dos años con *Renaissance*. ¿Qué despertó esa gran idea de hacer una trilogía de discos, cada uno explorando géneros diferentes?

Empecé *Cowboy Carter* hace casi cinco años. Fíjate en mi edad en la letra de *16 Carriages*.

Desde el principio de mi carrera y en cada álbum, siempre he mezclado géneros. Ya sea *R&B*, *dance*, *country*, *rap*, *zydeco*, *blues*, ópera, *gospel*, todos me han influido de alguna manera. Tengo artistas favoritos de todos los géneros. Creo que los géneros son trampas que nos encierran y nos separan. Lo he experimentado durante 25 años en la industria musical. Los artistas negros, y otros artistas racializados, han estado creando y dominando múltiples géneros desde siempre.

Por eso para mí era tan importante incluir un *sample* del compositor Joseph Bologne, conocido como Chevalier de Saint-Georges, en la canción *Daughter*, de

Cowboy Carter. El Concierto para violín en re mayor, Opus 3, nº 1: II. Adagio se compuso en el siglo XVIII. Es un testimonio de la visión de Chevalier. Espero que inspire a artistas y aficionados a profundizar y aprender más sobre los innovadores musicales negros que nos precedieron. Algunos de los artistas con más talento nunca alcanzan el reconocimiento que merecen, sobre todo cuando cuestionan la norma.

Me entusiasmó ver que una canción como *Texas Hold 'Em* era tan bien acogida en todo el mundo. Y lo que es más emocionante, ayudó a revitalizar el género *country* en la música, la moda, el arte y la cultura, y dio a conocer al mundo a grandes talentos como Shaboozey, Tanner Adell, Willie Jones, Brittney Spencer, Tiera Kennedy y Reyna Roberts.

A principios de este año, también lanzaste una línea de cuidado del cabello, Cécred. Al aumentar tus intereses empresariales, ¿consideras que el espíritu emprendedor te motiva de forma diferente a tus otras actividades creativas?

Ante todo soy música. Siempre ha sido mi prioridad. No me involucré en nada que pudiera alejarme de mi arte hasta que me sentí consolidada como maestra en mi primer amor, la música.

Cuando creé mi marca de productos para el cabello, Cécred, quería que fuera reconocida por lo que aporta a la gente de a pie y a su cabello. Cuando la lanzamos, decidí conscientemente no aparecer en los anuncios. La primera impresión de la marca debía basarse en sus propios méritos, no en mi influencia. Llevo años usando estos productos, así que sé de primera mano lo mágicos que son.

Gran parte de tu trabajo —desde los álbumes hasta los espectáculos en festivales, pasando por las giras y estas nuevas

Vestido
Miu Miu.
Joyería
Graff.





Vestido
Miu Miu.

Guantes
Thomasine.

Pendiente
**Lorraine Schwartz
Fine Jewelry.**

Anillos
De Beers.



aventuras empresariales—requieren evidentemente una enorme concentración y esfuerzo. A medida que maduras, y que tus hijos también se hacen mayores, ¿cómo concilias el gran esfuerzo y las expectativas que requiere tu trabajo con la posibilidad de ser simplemente una persona que disfruta de su vida?

Vivimos en un mundo accesible. Tenemos acceso a muchísima información, parte fidedigna y parte patraña disfrazada de verdad. Nuestros hijos pueden hacer FaceTime y ver a sus amigos en cualquier momento. ¿Mi marido y yo? Usábamos tarjetas telefónicas y Skype cuando empezamos. Yo no podía permitirme facturas internacionales de hotel, así que, literalmente, conseguía tarjetas de llamadas internacionales para hablar con él. Hace poco escuché una canción hecha por Inteligencia Artificial que sonaba tanto a mí que me asusté. Es imposible saber verdaderamente qué es real y qué no.

Una cosa en la que he trabajado mucho es en garantizar que mis hijos puedan tener la mayor normalidad y privacidad posibles, asegurándome de que mi vida personal no se convierta en una marca. Para los famosos es muy fácil convertir nuestra vida en una performance. He hecho un gran esfuerzo por respetar mis propios límites y protegernos a mi familia y a mí. Mi paz no tiene precio.

Tu reputación de perfeccionista te precede —podemos verlo y escucharlo en las versiones finales de todo lo que publicas, y te apoyas en esa narrativa en documentales como *Homecoming* y *Renaissance*—. Pero, ¿hay algún momento en el que esa reputación sea una carga, o incluso una prisión? ¿Alguna vez te has sentido personalmente abrumada por el peso de las expectativas creadas por el nivel de tu trabajo anterior?

Yo creo a mi propio ritmo, sobre cosas que espero que conmuevan a otras personas. Espero que mi trabajo anime a la gente a mirar en su interior y aceptar su propia creatividad, fuerza y resiliencia. Me centro en la narración, el crecimiento y la calidad. No me centro en el perfeccionismo. Me centro en la evolución, la innovación y el cambio de percepción.

Trabajar en la música de *Cowboy Carter* y lanzar este nuevo y emocionante proyecto no me parece una prisión ni una carga. De hecho, solo trabajo en lo que me libera. Es la fama lo que a veces puede parecer una prisión. Cuando no me ves en las alfombras rojas, y cuando desaparezco hasta que tengo arte que compartir, es por eso.

Tu trabajo parece cada vez más como un negocio familiar. Por ejemplo, hace poco, Blue, tu hija de 12 años, ha pasado de ser una curiosa espectadora de tu proceso creativo a formar parte de él, con su propio número de baile en tu última gira. ¿Dudaste alguna vez sobre incluirla en tu vida pública y en tu trabajo, con todo el escrutinio, y a

“NO PIERDO EL TIEMPO EN ALGO A MENOS QUE ME APASIONE PROFUNDAMENTE. SI NO ME DESPIERTO PENSANDO EN ELLO Y NO ME ACUESTO SOÑANDO CON ELLO, NO ES PARA MÍ”

veces las críticas, que eso conlleva? ¿Qué has sentido al verla florecer como fuerza creativa por derecho propio?

Mi agenda de trabajo gira en torno a mi familia. Intento salir de gira solo cuando mis hijos no están en el colegio. Siempre soñé con una vida en la que pudiera ver mundo con mi familia y exponerla a diferentes idiomas, arquitecturas y estilos de vida.

Criar a tres hijos no es fácil. Según van creciendo, se convierten en individuos con sus propias necesidades, aficiones y vida social. Mis gemelos son un regalo de Dios. Ser madre te enseña constantemente sobre ti misma. Requiere muchas oraciones y paciencia. A mí me encanta. Te mantiene con los pies en el suelo y es gratificante.

Mis hijos me acompañan a todas partes. Vienen a mi oficina después de clase y se quedan en el estudio conmigo. Están en los ensayos de baile. Es natural que se aprendan mis coreografías.

Blue es una artista. Tiene muy buen gusto para la música y la moda. Es una autora, pintora y actriz fantástica. Lleva creando personajes desde que tenía tres años. Es algo innato, pero yo no quería subir a Blue al escenario. Era Blue quien lo quería. Se lo propuso en serio y se lo ganó. Y lo más importante, ¡se lo pasó muy bien! Todos la veíamos crecer un poco más cada noche ante nuestra mirada.

Te habrán propuesto miles de veces que participes en diversos negocios. ¿Qué debe contener una idea o ambición empresarial para que te entusiasme?

Me entusiasma el amor, el legado y la longevidad. ¿Amo lo que intento crear por amor a ello? Estoy descubriendo que el legado es el denominador común en todos los negocios que he emprendido.

¿Qué cosas nuevas has aprendido sobre ti misma a medida que te has adentrado

con más fuerza y seguridad en el ámbito empresarial?

Me atrae la autenticidad. No pierdo el tiempo en algo a menos que me apasione profundamente. Si no me despierto pensando en ello y no me acuesto soñando con ello, no es para mí. Mi percepción del éxito es muy diferente a la de la mayoría. Cuando me comprometo, lo hago al cien por cien. Prefiero concentrarme en silencio, sin que me interrumpa nada que me distraiga de la autenticidad. Creo que todo puede ser mejor siempre. Mi trabajo consiste en dar hasta que sea lo mejor posible.

Me inspiran las cosas que llenan un vacío, resuelven un problema o aún no existen. Si no, la oportunidad no me atrae.

Intento desafiarme a mí misma y a la gente que me rodea para pensar de forma diferente. Creo que una gran parte del éxito es tu visión de la vida. Cada decepción es una oportunidad para crecer. Una oportunidad para pivotar. Confío en Dios, incluso cuando parece que no puedo ver la luz al final del túnel. Sé que la tierra se abrirá para mí.

Tras publicar tu octavo álbum, y cuando echas la vista atrás y observas la amplitud de tu discografía, ¿qué es lo que ves? ¿Qué esperas ver cuando todo esté dicho y hecho?

Estoy orgullosa de lo que he sido capaz de hacer, pero también reconozco los sacrificios, míos y de mi familia. Hubo un tiempo en que me presionaba para cumplir plazos poco realistas, sin tomarme tiempo para disfrutar de los beneficios de trabajar tan duro. No somos tantos los que a finales de los 90 aprendimos a centrarnos en la salud mental. Por aquel entonces, ponía pocos límites y decía que sí a todo. Pero lo he dado todo con creces. He trabajado más duro que nadie que conozca. Y ahora trabajo de forma más inteligente. Al final, la mayor recompensa es la alegría personal. ¿Lo que he creado ha animado a otros a pensar libremente y a creer en lo imposible? Si la respuesta a esa

pregunta es afirmativa, ese es el regalo.

Tu álbum de 2011, 4, era deliberadamente antipop —o al menos antitendencia— con respecto a lo que estaba sucediendo en la música pop en aquel momento, lo que, mirando hacia atrás, fue como el comienzo de la forma en que ahora abordas tus discos.

Yo no diría que fuera antipop. Yo respetaba el pop. Pero era una época en la que todo el mundo hacía música *pop/dance*, y el *R&B* y el *soul* se estaban perdiendo. Era música de éxito y divertida, pero no era lo mío. No era el rumbo que yo quería dar a mi carrera musical. Anhelaba algo más profundo, con más musicalidad. Fue entonces cuando saqué *1+1* y *Love On Top*.

En este sentido, ¿fue deliberada tu decisión de alejarte de los vídeos musicales? Fuiste pionera y perfeccionaste el álbum visual hasta tal punto de que fue sorprendente ver que Cowboy Carter y Renaissance se publicaban sin ninguno.

Pensé que era importante que, en una época en la que todo lo que nos llega es visual, el mundo pudiera centrarse en la voz. La música es tan rica en historia e instrumentación... Lleva meses digerirla, investigar sobre ella y comprenderla. La música necesita espacio para respirar por sí sola. A veces, lo visual puede distraer de la voz y la música. Un álbum de cuatro años requiere mucho trabajo duro y detalle. La música basta por sí sola. Fueron los fans de todo el mundo los que pusieron el aspecto visual. Obtuvimos todo el material visual de gira. Y luego más de la película.

Alguna vez has comparado tu trabajo con el de un deportista, y los deportistas de todas las disciplinas tienen una especie de reloj que se cierce sobre ellos a medida que envejecen. ¿Piensas alguna vez en el

final de tu carrera, por lejano que esté?

Llevo varias décadas sometiendo mi cuerpo a esfuerzos extremos. Siempre me he esforzado por rendir al nivel de mis deportistas favoritos en mis giras, pero yo con cristales bordados y tacones altos. ¡Jaaaa!

La lesión de rodilla fue una oportunidad para hacer una transición a un nuevo animal. Me retiré de la fórmula de estrella del pop hace mucho tiempo. Dejé de centrarme en lo que es popular y empecé a hacerlo en las cualidades que mejoran con el tiempo y la experiencia. La buena música y los mensajes contundentes nunca faltarán.

¿Qué te inspira actualmente si hablamos de música y cine? ¿Qué es lo mejor que has escuchado en 2024?

Me encanta y respeto a todas las cantautoras que hay ahora mismo... Raye, Victoria Monét, Sasha Keable, Chloe x Halle y Reneé Rapp. Me encantan DoeChii y GloRilla, y acabo de escuchar a That Mexican OT, que es de Houston... ¡Es muy *heavy*! Me gusta mucho *Please Please Please*, de Sabrina Carpenter, y creo que Thee Sacred Souls y Chappell Roan tienen talento y son interesantes. Estoy obsesionada con mi *backseat baby* [en referencia a la letra de la canción que ha lanzado con Miley Cyrus, *II Most Wanted*]. Soy fan de Miley.

Pero la verdad es que paso la mayor parte del tiempo escuchando a los clásicos, como Stevie Wonder, Marvin Gaye y música de artistas del sello Stax. Acabo de ver el documental sobre ellos. ¡Es buenísimo! Lo recomiendo encarecidamente. La mejor película que he visto este año es *Del revés 2*. Me parece brillante. Y ahora mismo estoy viendo *La Casa del Dragón* y *The Chi*.

Cuando no estás de un lado para otro, o cuando has terminado de trabajar (al menos durante un minuto), ¿cómo te dedicas tiempo a



ti misma? ¿Qué haces solo para ti, al margen del trabajo y la familia?

Para mí cantar no es un trabajo. Canto para mí misma. Me encanta la música y me encanta cantar. Es una pasión muy profunda. Hay magia en la forma en que lo siento en mi

garganta, una resonancia que vibra a través de mí. Cuando estoy de bajón, triste o en una mala racha, o cuando me siento enferma o ansiosa por no poder dormir, canto. Y suelo cantar sola.

Mi voz siempre ha sido mi compañera. Por eso siempre he

podido ser feliz sola. La música se entiende con mi corazón incluso cuando no encuentro palabras. Pero siempre es en esos santuarios privados —el estudio, el coche— donde encuentro mi paz.

Cantar me calma, me tranquiliza, es mi mejor dosis

de dopamina. Encuentro cierta magia en sentarme al piano y dejar que mis dedos toquen acordes aleatorios mientras me desahogo. Cantar me ha sanado una y otra vez. Ha sido mi refugio.

Es una de las alegrías más profundas de mi vida, una



Vestido y zapatos
Dolce & Gabbana.

Sujetador
Agent Provocateur.

Pendiente
De Beers.

Anillos
Tiffany & Co.

Peluquería: Kim Kimble
para The Only Agency
usando productos
Cécred. Maquillaje:
Rokael Lizama de
Opus Beauty usando
productos Rokael
Beauty. Manicura:
Miho Okawara.
Sastrería: Timothy
White. Set design: Ibby
Njoya de New School
Represents. Producción:
Alicia Zumbach de
Camp Productions.
Agradecimiento especial
a Shiona Turini, estilista
personal de Beyoncé.

necesidad tan vital como respirar. Sin cantar, sin música, sin crear, estaría muerta en vida. Para mí crear música no es un trabajo; es para lo que he nacido. También tengo mis domingos de Cécred, en los que practico mi autocuidado. Me doy baños con aceites

esenciales. Hago acupuntura, terapia con ventosas, reflexología y toco cuencos sonoros con mis hijos. Hago miel, pinto, decoro, nado y diseño ropa y escenografía. He escrito libros infantiles para mis hijos y diseño animación. Cualquier cosa

creativa me hace feliz. También escribo por gusto. Disfruto verdaderamente con ello. ✖

Frazier Tharpe es editor senior asociado de **GQ**.

Traducción y adaptación:
Víctor M. González.

**EASAS
& CORTES**

LA GRAN EPICIÓN

POR
NOEL CEBALLOS

FOTOGRAFÍAS
FLAVIO ORSOLATO

ESTILISMO
JUAN LUIS ASCANIO

LETTERING
FER VALLESPÍN

DISEÑO DE PRODUCCIÓN
ÁNGEL PEREA
Y ELENA CALVO





HISTORIA DE un hombre roto

que decide bajarse de la vida y descubre que tiene tanto derecho como cualquier otro a ir a la cárcel". Así describe Rodrigo Cortés *Escape*, su sexto largometraje como director, para el que adapta una novela homónima de Enrique Rubio que él mismo prologó en su momento, quizá con vistas a transformarla en este delicado, hiperbólico y voluntariamente heterodoxo salto sin red hacia los márgenes más radicales de nuestro cine. Una película tan autoral e insobornable como esta necesita, qué duda cabe, una presencia tan arrolladora como la de Mario Casas si pretende llegar a buen puerto. El actor vuelve a transformarse por completo para entregarnos uno de los trabajos más complejos de su carrera, todo ello auspiciado por la producción ejecutiva de Martin Scorsese, alguien a quien Cortés describe como "un hombre sabio" sin quien ese sueño febril que es *Escape* quizá nunca hubiera llegado a realizarse. O, al menos, no en estos términos. ¿Quién dijo vértigo?

RODRIGO CORTÉS: Toda película establece siempre sus propias reglas, que pueden ser más cercanas o más lejanas a las de la realidad. Pero es verdad que esta va un paso más

←←

PÁGINA
ANTERIOR
EN MARIO
Jersey **Blauer.**

Pantalones
Guess
Marciano.

Cinturón vintage.

EN RODRIGO
Polo de punto
Sandro.

Pantalones
H&M.

Cinturón vintage.

Reloj propio **TAG**
Heuer.

allá, hasta establecer su propio universo. Hay cosas que se nos hacen reconocibles, sí, pero no por literalidad, sino por resonancia. Como cuando ves una película de los hermanos Coen y algo es divertido a la vez que cruel, horrible y absurdo... Sin embargo, también es verosímil dentro de sus propios códigos y reglas. Creo que solo tienes el riesgo de sentir vértigo si piensas en ello más de la cuenta, porque conviene no intelectualizar demasiado este tipo de saltos de fe. Lo más delicado es el tono, ya que a uno le costaría mucho decir incluso a qué género pertenece esta película... Pero cuando te olvidas de tratar de describirla, y simplemente te entregas a su frecuencia, es cuando tienes una oportunidad. O eso creo yo.

GQ: Vuestra versión es, más que una adaptación al uso, una reimaginación de la novela original. Es como si ambas fueran hermanas, Como si, pese a compartir el mismo ADN, cada una se desviase por caminos diferentes. ¿Habría sido imposible plantear una adaptación más literal?

R. C.: Creo que la novela, que es estupenda, no permitiría una trasposición literal. No funcionaría en el código cinematográfico. Sin embargo, tiene una premisa poderosísima, enormemente paradójica, que he respetado al cien por cien. Es decir, ambas historias se parecen tan poco que el propio autor me agradeció, sin ápice de ironía, que hubiera mantenido el título... Pero era inconcebible no acreditarlo, ya que su ADN, tal y como acabas de mencionar, está plenamente ahí. Surgen del mismo punto de partida, pero son personajes distintos. Es una peripecia distinta. El protagonista es otro: de hecho, Mario me preguntó al principio de los ensayos si debía leer o no la novela, y yo le respondí que no me parecía buena idea. Íbamos a trabajar desde presupuestos muy diferentes y con otro personaje, con otra edad y otras motivaciones.

MARIO CASAS: Pese a no haber leído el libro de antemano, como bien me recuerda el director, sí era consciente de que en él no se mencionaba una palabra, "Asperger", de la que nosotros también huimos. Es, quizá, un Asperger sin diagnóstico, alguien que ha sido educado por sus padres fuera de las reglas del mundo y que, al cumplir 18 años, sale a una realidad que no entiende. Que nunca entendió. Yo sí sabía ese punto de partida, así que lo primero que hice fue preguntarle a Rodrigo cómo empezaba a investigar todo eso. Como actor, lo que tienes que hacer es intentar construir desde la verdad, desde lo que uno cree que es el personaje, pero él me dijo que no, que tampoco había que explicar con detalle su pasado. Porque la película no va de eso: al final, lo importante es que cada espectador lo interprete como crea conveniente, que cada uno lo lea a su manera. Lo cual fue muy complicado para mí, claro.

¿Te costó encontrar un ángulo desde el que abordar a un personaje tan inasible y, de alguna manera, polisémico?

M. C.: Sí, porque yo no estoy en la cabeza de Rodrigo. He de confesar que al principio no sabía lo que quería de mí. Lo fui entendiendo poco a poco, y una de las claves que más me ayudó fue encontrar su manera de hablar. Rodrigo empezó a marcarme ya en los ensayos que debía decir las frases más lento, más lento, más lento... En un primer momento no entendía por qué, pero me di cuenta de lo que quería decir durante los primeros días de rodaje. "Mario, confía en mí: habla más lento". No solo creo que es un acierto, sino que también que me ayudó a encontrar al





ESTAS PÁGINAS
EN MARIO
Polo de punto
Fendi.

Pantalones
**Emporio
Armani.**

EN RODRIGO
Polo de punto
Mans.

Pantalones
Boss.



personaje. Y lo mismo va para todas esas manías o tics que tiene el personaje: no estaban ahí de entrada, sino que fuimos encontrándolos a medida que avanzábamos. Nos quedábamos con algunas cosas que funcionaban y desechábamos otras que no.

R. C.: Incluso hay algunas que se cayeron en montaje.

M. C.: Sí, porque recuerdo que siempre me decías: “Confía en mí, que yo te voy a cuidar”. Y eso nos dio una libertad increíble para jugar y pasárnoslo bien, para disparar lo que fuera sabiendo que en montaje él me iba a cuidar mucho. Estoy muy contento con eso, hasta el punto de que he visto ya dos veces la película. Y es

algo que no suelo hacer con mis propios trabajos, pero te diré más: tengo ganas de volver a verla. Porque me permite salirme de ella y disfrutarla como espectador.

¿Qué me decís de la violencia implícita que hay en el personaje? ¿Cómo de difícil fue manejar ese material tan delicado?

M. C.: Sí. Si lo veo desde fuera, no puedo negar que tiene algo de psicópata. O sea, hay rasgos muy extraños dentro de él. Una de las escenas que más me gustan es aquella en la que hablo con Blanca Portillo, porque ahí se ve muy bien algo de lo que hablábamos continuamente en

rodaje: el bicho. Esa es una de las pocas secuencias en las que saca al bicho, al monstruo que lleva dentro.

R. C.: En ese sentido, su hermana [interpretada por Anna Castillo] es el único punto de luz en toda la película. Es el único personaje luminoso, por lo que decidimos llenar de color su propio piso. Pero no de un modo inocente, porque ella no tiene un milímetro de blandura: en lugar de ponerse condescendiente con él, le puede tomar el pelo y hablar con dureza. Al mismo tiempo, uno percibe su infinita paciencia y su amor hacia él, para lo que necesitas a una actriz tan superdotada como Anna. Es imposible que haga nada que no sea verdad pura. Y es única a la hora de combinar un sentido del sarcasmo con esa bondad inmensa que ella irradia, esa naturaleza inatacable.

Algunas de sus escenas juntos me recuerdan a *Embriagado de amor*, de Paul Thomas Anderson. ¿Fue un referente para vosotros?

R. C.: Es gracioso que menciones esa peli, porque al principio, en nuestra primera llamada telefónica, Mario me dijo que había contactado con él por una razón similar a la de Anderson cuando llamó a Adam Sandler...

¿En serio?

M. C.: ¡Sí, sí!

R. C.: Además, me recomendaste ver *Diamantes en bruto*, donde Sandler hace una interpretación deslumbrante. En cuanto a Anderson, siento una profunda admiración por esos directores que se echan las películas a la espalda, que saben hacerlas suyas. Hay algo en su mirada que refleja una posición inequívoca, y lo que me gusta de películas como *Magnolia* o *Embriagado de amor* es que están llenas de decisiones. Lo cierto es que, más allá de esa primera conversación, no pensé demasiado en ella... hasta que tuvimos que rodar una secuencia con Mario en un supermercado. Ahí sí volví a Anderson.

M. C.: Hablando de referentes, y aunque a los actores no nos gusta copiar, yo sí que le pregunté a Rodrigo por otras interpretaciones que pudiesen ayudarme. Ahí fue cuando él me habló de Buster Keaton, en quien me fijé mucho para afrontar algunos de los momentos más físicos y, de alguna manera, humorísticos de la película. No intento imitarlo, ni mucho menos, pero sí emular esa energía. Esa esencia.

ESTA PÁGINA
Traje de cuadro
ventana **Mans.**

Camisa y corbata
Boss.

Reloj propio **TAG
Heuer.**

→
PÁGINA
SIGUIENTE
Traje jaspeado
Prada.

R. C.: Una cosa muy poderosa de Keaton, y que también tiene que ver con nuestro protagonista, es el modo en que siempre elude lo sentimental. Puedes estar viendo una interpretación muy tierna, pero él nunca toca ese grifo. También me gusta cómo es capaz de reaccionar en una micromilésima de segundo a cualquier estímulo: sus personajes tienen siempre los objetivos tan claros que parecen una apisonadora, pero también son capaces de improvisar. Aunque luego, claro, vuelvan a su idea fija... Nuestro protagonista no es particularmente ejemplar ni edificante, pero tiene un objetivo y no hay forma de distraerlo. Ni con halagos, ni con vanidad, ni con amenazas. Eso me resulta muy interesante.

Es cierto que no hay una evolución, pero va pasando por muchas estaciones de paso en su camino del peregrino. Y cada una de ellas está dominada por un personaje que representa un sector de la sociedad: el psicólogo, el juez, el cura...

R. C.: Sí, y sobre todos ellos planea el símbolo de la cárcel, que socialmente nos funciona muy bien como amenaza o como castigo. Pero cuando alguien quiere ingresar en ella de manera voluntaria..., ¿qué haces? ¿Qué haces con ese tipo? ¿Cómo le convences de nada, con qué lo intimidas? Solo puedes amenazarlo con la libertad, lo cual lo vuelve todo tremendamente complicado.

Y es un personaje muy exigente no solo desde el punto de vista psicológico, sino también físico. Tiene algo de mártir, ¿no? O de aquello que decía Foucault sobre que el cuerpo es la cárcel del alma.

M. C.: A ver, yo me lo he pasado muy bien jugando con Rodrigo, como ya he dicho, pero luego estuvo esa otra vertiente. He tenido que adelgazar unos ocho o diez kilos por esta película, porque queríamos dividirla en dos partes: una inicial, en la que llevo barba y visto con ropa ancha, y un momento en que me afeito y se ve que estoy chupado. Eso era necesario para explicar ese proceso de sufrimiento del que hablas.

R. C.: En el rodaje solo comía una vez al día. No cenaba. Y nunca antes se había comido las uñas, pero...

M. C.: Las uñas por aquí [se señala una parte del dedo que duele solo de pensarlo]. Incluso la postura, la forma de andar, los hombros, el parpadeo... Todo, cambié todo mi lenguaje

corporal. Había momentos agotadores, porque Rodrigo suele hacer tomas muy largas en las que después intenta cortar lo menos posible. Así que claro: cuando llevas quince minutos de la séptima toma, tú ya has desaparecido. Tú ya no eres Mario, sino un ente que Rodrigo va manejando hasta lograr que trascienda, que llegue a otro lugar. **R. C.:** Tengamos en cuenta, además, que Mario tiene un cerebro muy preocupante... Es un guerrero. Es capaz de hacer de todo. Las escenas de conducción, por ejemplo, son suyas. ¿Esas maniobras tan peligrosas que ves en

“Nunca he estado con alguien tan educado, respetuoso y cauteloso a mi lado [como Scorsese]. Nunca hace comentarios, sino preguntas”
—RODRIGO CORTÉS





pantalla? Las hizo él. A veces le teníamos que decir: “Mario, sería conveniente que conservaras la vida, porque nos queda mucho rodaje y tú estás en todas las escenas”. No se protege de nada, pero creo que hay algo en ese compromiso que se nota en pantalla y hace que estés viendo al personaje en cada segundo y cada pequeño gesto.

M. C.: Sí, es que esto para mí ha sido un regalo. No pasa todos los días. Por supuesto, es importante que, cuando te expones de esta manera, lo hagas con un director como Rodrigo, que sabes que no te la va a jugar. De lo contrario, podrías destrozarte la carrera... Pero con él no. Con él sabes que tienes un colchón, así que hemos jugado tantísimo... Hemos hecho de todo. Pero de todo.

¿Y es fácil hacer de todo con un guerrero como Mario a tu lado?

R. C.: Claro. Es decir, tú puedes estructurar, dibujar y prepararlo todo al milímetro, pero para conseguir interpretaciones como la de Mario hay que soltar el volante. Tienes que darle libertad para crear, generar condiciones para que ocurran cosas que ni él ni yo sabemos que pueden ocurrir. Pero como Mario siempre está despierto, disponible y conectado con el momento, todo lo que él aporte va a conducir a lugares interesantes.

¿Cuál es la revelación más impactante que os habéis encontrado?

R. C.: Hay un personaje, interpretado por Albert Pla, que es aficionado a Antonio Molina. Más concretamente, a cantar canciones de Antonio Molina. Pues bien: cuando vio un primer montaje, Scorsese me dijo que lo que más le había gustado era esa escena. Literalmente: “I loved the Antonio Molina scene”.

Wow.

R. C.: Fue muy divertido escucharle pronunciar ese nombre, sí.

¿Cómo te sentiste al trabajar con él?

R. C.: Nunca he estado con alguien tan educado, respetuoso y cauteloso a mi lado. Sorprendentemente, nunca hace comentarios, sino preguntas. Y se deshace en disculpas al hacer las preguntas, como si te estuviese importunando. Cuando le contestas y le explicas lo que estás haciendo, ivuelve a disculparse de nuevo! Su respeto por el creador es máximo. Imagino que él se pone en esa piel. Así que trata de

“Es importante que, cuando te expones de esta manera, lo hagas con un director como Rodrigo, que sabes que no te la va a jugar. De lo contrario, podrías destrozarte la carrera. Pero con él no”

—MARIO CASAS

que tengas exactamente lo que necesitas para contar las cosas del modo en que crees que debes contarlas.

Aparte del momento Molina, *Escape* también tiene algunos guiños al cine musical clásico, a la época de la MGM. ¿Qué buscábais?

R. C.: Es que, para hacer una película como esta, lo primero que necesitas es darte libertad y no cuestionarte a ti mismo determinadas ideas. Al contrario: hay que abrazarlas, por irracionales que sean. Lo común ahí hubiese sido una escena onírica, de ensoñación, en la que él se convirtiese en Fred Astaire y el recuerdo de su esposa en Ginger Rogers. Un momento de baile clásico. De repente, en lugar de hacer eso, decidí que sería algo así como una jota extrema. Lo cual es una idea contraintuitiva, claro: trabajar con una jota aragonesa, pero con movimientos casi de baturro *hardcore*. Pero después, a la hora de filmarlo, sí que lo hice del modo en que tú apuntas: como si fuese un musical clásico de Ginger y Fred, con una sola toma de grúa. Esa contraposición de elementos me parece muy estimulante.

M. C.: Y fue difícilísimo, he de decir. Cuando la coreógrafa me manda el vídeo de lo que querías y yo lo empiezo a ver... Digo: “Esto está al doble de velocidad. Este vídeo está reproduciéndose a velocidad x2, no es posible que la gente se mueva así”.

R. C.: Lo vi y pensé: “Anda, pues es verdad. Te lo hemos pasado al doble de velocidad sin querer”.

M. C.: ¿Y qué más?

R. C.: Y añadí: “Pues vas a tener que hacerlo así” [Risas]. Pero no pasó nada, porque eres un bailarín consumado.

M. C.: A base de ensayar nos acabó saliendo, sí. Es que esa era mi actitud con todo en este proyecto: tirar para adelante en todo momento, sin cuestionarme nada. Por muy duro que me pareciera lo que había que

hacer, sabía que tenía que hacerlo. No sé, yo le tengo mucho cariño a esta película. Hay algo aquí de cine puro, ¿sabes? Un cine que ya casi no se ve, una apuesta y una valentía que no son muy comunes hoy en nuestro país. Le tengo muchísimo cariño.

¿Es mutuo?

R. C.: Yo solamente puedo agradecer al equipo y al reparto la confianza, porque es imposible llegar allí si no estás rodeado de gente muy muy buena que decide dar saltos de fe sin saber muy bien a dónde van. Se trata de una confianza bidireccional, claro, porque para que este barco no naufrague necesitas un superoperador de cámara, un superdirector de fotografía y un *superstaff*. Hay una exigencia narrativa y técnica tan grande que solo puedes hacer esto con gente muy buena que, además, se ha subido a un barco con destino incierto. Así que hay dos o tres veces al día en que te das cuenta de que eso que tienes alrededor no es normal, que no lo puedes dar por hecho. Y solo puedes sentir agradecimiento.

M. C.: Pero claro, necesitas que alguien lleve el timón. Y ese capitán tiene que saber la película que está haciendo, lo cual me parece importantísimo. Rodrigo nos transmitía en todo momento esa serenidad, ese respeto y esa admiración por la profesión. Nos unía a todos en una misma línea y nos hacía partícipes de su visión. Yo no veo otra manera de hacer una película, y creo que él tampoco. Su manera de hablar con los actores y con el equipo es una de las grandes cosas que he aprendido de Rodrigo. Después el resultado final puede estar mejor o peor, pero tú te llevas a casa la satisfacción de haberte dejado la vida en ello. Hacer cine es algo muy difícil y muy serio, creo yo. Y nadie lo entiende tan bien como Rodrigo. ❧

NOEL CEBALLOS es redactor de GQ.

←
PÁGINA
ANTERIOR
EN MARIO
Traje **Dior Men**.
EN RODRIGO
Traje **Fendi**.
Polo de punto
Guess Originals.

concrete

REALIZACIÓN JOANA DE LA FUENTE
FOTOGRAFÍAS DANIEL RIERA





←
PÁGINA
ANTERIOR
Chaqueta de
lana, jersey
de *cashmere* y
pantalones
Loro Piana.
Tank top vintage.

ESTA PÁGINA
Chaqueta,
polo de punto
y pantalones
Lanvin.



←
PÁGINA
ANTERIOR
Cárdigan,
jersey *tie dye* y
pantalones
de pinzas
Hermès.

ESTA PÁGINA
Traje *oversized*
color vainilla
Auralee.
Tank top vintage.



ESTA PÁGINA
Abrigo
acolchado
de doble
botonadura
Jil Sander.

→
PÁGINA
SIGUIENTE
Abrigo de ante,
pantalones
de cuero y
zapatillas
Loewe.





ESTA PÁGINA
Traje de lana
y polo de
cashmere
Giorgio Armani.

→
PÁGINA
SIGUIENTE
Camisa y
pantalones
de cuero en
color caqui
Ferragamo.





ESTA PÁGINA
Cárdigan rojizo,
camiseta
de punto,
pantalones
jaspeados y
maxicinturón
trenzado
Prada.

→
PÁGINA
SIGUIENTE
Traje y jersey
azul marino
Zegna.





ESTA PÁGINA
Abrigo,
pantalones
con aberturas
laterales,
corbatín,
mocasines y
guantes de punto
Gucci.

→
PÁGINA
SIGUIENTE
Chaqueta pelliza
y pantalones
capri **Fendi.**
Tank top vintage.



ESTA PÁGINA
Chaqueta,
pantalones
y camisa en
Borgoña estilo
cowboy
Louis Vuitton.

→
PÁGINA
SIGUIENTE
*Bomber granate
y pantalones gris
marengo*
Dior Men.
Gafas **Ray-Ban.**





ESTA PÁGINA
Chaqueta
sahariana
de lana y
pantalones
palazzo
**Dries Van
Noten.**

→
PÁGINA
SIGUIENTE
Chaqueta,
camiseta de
cuello *perkins*,
pantalones y
botines
Bottega Veneta.



PRODUCCIÓN: ASHA MARTÍNEZ. MODELO: VALERIO MACCARIO (SIGHT MANAGEMENT). MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: HELENA LIEBANAS PARA COOL PRODUCCIONES.
ASISTENTE DE LUCES Y DIGITAL: MARC DE MIGUEL. ASISTENTES DE ESTILISMO: RENATA ITO, DANIELA PUELLO, ALEJANDRA NAVARRO, ANAIS MORENO Y JUAN LUIS ASCANIO.



Los Héroes del Amor

Wes Lang, el artista asentado en Los Ángeles, desvela este mes *The Black Paintings*, una monumental serie que funciona como el guion gráfico de una noche escandalosa de película de terror y como una búsqueda espiritual. GQ ha colaborado con el artista a través de un editorial de moda que saca a sus estilosos personajes del lienzo.

de

Por Will Welch

Fotografías
Ashley Olah

Estilismo
Brandon Tan



Wes Lang.



WES LANG ES cada vez más solitario.

Con 52 años recién cumplidos en septiembre, este prolífico pintor nacido en Jersey y afincado en Los Ángeles es el artífice de una serie de influyentes híbridos entre arte y cultura pop: una codiciada serie de dibujos realizados en papelería de hotel en el Chateau Marmont (2011), portadas para los discos de la extensa caja *Spring 1990* de Grateful Dead (2012) y en 2013 mercadotecnia para la gira *Yeezus* de Kanye West que supuso todo un cambio de paradigma. Todo ello al tiempo que producía una serie de pinturas y dibujos aterradoramente consistentes que en los últimos años ha expuesto en galerías como Almine Rech de París y One Trick Pony de Los Ángeles, pero que por lo general vende de forma independiente en su estudio de Boyle Heights. Lang ocupa una posición singular entre los artistas: trabaja simultáneamente en el centro de la cultura pero también, y muy a menudo, al margen del complejo industrial del mundo del arte.

Desde la pandemia, Lang se ha adentrado aún más en la clandestinidad. En los últimos tres años se ha casado, se ha mudado a las afueras, ha tenido un hijo y se ha retirado discretamente del radar de Los Ángeles. En la actualidad, su estudio de 3.000 metros cuadrados, que solía ser “como la estación Grand Central”, dice, rara vez recibe visitas y, de todos modos, pinta con la misma frecuencia desde un nuevo espacio que ha adaptado en la parte trasera de su casa. Ninguna obra nueva ha salido de ninguno de los dos estudios en las manos de coleccionistas.

¿Qué ha estado haciendo mientras se escondía? Ahora lo sabemos. Lang acaba de reaparecer con *The Black Paintings*, una inmensa serie de 96 pinturas y 96 dibujos que se expondrá entre septiembre de 2024 y marzo de 2025 en la Newport Street Gallery de Damien Hirst, en Londres.

Las pinturas son como el guion gráfico de una película de terror de culto que, hasta ahora, solo existe en la cabeza de Lang. Al ver su nueva obra, GQ observó que los muertos vivientes que protagonizan los cuadros, a los que Lang llama “los héroes”, iban muy bien vestidos, así que pedimos al artista que colaborara con nosotros en una sesión de moda (Lang produjo y pintó a mano las máscaras; GQ llevó estilismos inspirados en la ropa de los cuadros y lo rodamos todo en el estudio de Lang).

Hablamos con el artista sobre la sorprendente inspiración que hay detrás de su obra más colosal hasta la fecha y exploramos qué tienen que ver estas pinturas, a menudo pesadillescas, con el amor.

GQ: Háblame de las dimensiones del proyecto, del número de pinturas y dibujos.

WES LANG: Bueno, son 96 pinturas y 96 dibujos, que es con diferencia lo más ambicioso que he hecho en mi vida. Le había enseñado algunos de mis primeros trabajos a Damien Hirst y me



Cheval Blanc (2023, acrílico sobre lienzo de lino).

aconsejó que fuera más allá. Al principio pensé que con unos 30 cuadros podría contar una historia. Luego me sugirió que hiciera unos cien.

¿Sabes por qué Damien te sugirió que hicieras 100 pinturas?

Me dijo: “Ve a lo grande. Coje una idea y exprímela del todo”. Y en lugar de hacer 30 ahora y otras 30 en un par de años y 30 más después, dije: esta es la serie, se llama *The Black Paintings* y tiene 96 piezas. No habrá más.

¿Entonces quiénes son estos tipos?

Para mí son “los héroes”. No quiero definir quiénes son en realidad, pero hay un tipo en particular que comienza como pianista y que después se convierte en una especie de...

Héroe entre los héroes. Sí, héroe entre los héroes.

¿Cuál fue el primer cuadro y cuándo lo pintaste?

Hay un pequeño cuadro que pinté para una feria de arte en febrero de 2022. Se llama *Invested Heavily*. Se basa en un viejo fotocromo de un serial de los años 20, el tipo de series por episodios que se proyectaban en los cines antes de las películas en los años 20 y 30. Encontré estas imágenes y me impactaron mucho. Se las enseñé a alguien y le dije que a lo mejor hacía una pequeña serie con ellas. Y me dijo: “Pues no sé si es una gran idea”. Y yo pensé: “Vale, entonces sí que es una gran idea” [Risas].

Dijiste que no te sentaste a escribir una historia sobre estos chicos, sino que fuiste descubriendo y expandiendo su mundo a medida que trabajabas.

Sí. Pero llegó un momento en el que pensé: “Esto tiene que ser una historia con un principio, un nudo y un desenlace”, cosa que nunca había hecho antes.

¿Hasta qué punto hay una narrativa cohesiva?

Para mí hay una narrativa muy cohesionada, pero no creo que deba explicarla demasiado. Lo único que diré es que vivimos en una época en la que el mundo está muy muy dividido. Nos bombardean con información negativa y de pésima calidad todo el rato. Y en los últimos cuatro años he tomado la decisión de dejar de digerir ese tipo de información. Todo el mundo es diferente. Pero hay raíces de nuestras respectivas prácticas espirituales y de cómo tú y yo nos desenvolvemos en el mundo que coinciden. Y una de nuestras mayores inspiraciones —y la de millones de personas— es Ram Dass.

Ram Dass decía que ama a todo el mundo. Tú y yo pasamos tiempo con él en 2018, en un momento en el que me sentía

- ←←
- PÁGINA ANTERIOR
- EMPEZANDO POR LA
- IZQUIERDA
- EN LOGAN
- Camisa y pantlones
- Saint Laurent
- by Anthony
- Vaccarello.
- Zapatos
- Jimmy Choo.
- Guantes
- Carolina Amato.
- EN ZIAN
- Traje
- Tom Ford.
- Camisa
- Blk Dnm.
- Pajarita
- Giorgio Armani.
- Zapatos
- Manolo Blahnik.
- Pañuelo
- Loro Piana.
- Guantes (en todas las imágenes)
- Carolina Amato
- EN NILE
- Chaqueta y pantalones
- Maison Margiela.
- Camisa
- Brioni.
- Corbata
- Ralph Lauren
- Purple Label.
- Zapatos
- McQueen by
- Seán McGirr.
- Pañuelo de bolsillo
- Charvet.
- Guantes (en todas las imágenes)
- Urstadt Swan.



Here Is the Way
(2024, acrílico en lino).

ESTA PÁGINA
EN NILE
Chaqueta y
pantalones
**Ann
Demeulemeester.**

Camisa
Loro Piana.

Zapatos
Manolo Blahnik.

EN ZIAN
Chaqueta y pantalón
Dunhill.

Camisa y pañuelo
Dolce & Gabbana.

Zapatos
Scarosso.

Broche
**Jean Schlumberger
by Tiffany & Co.**

EN LOGAN
Chaqueta y
pantalones
Emporio Armani.

Camisa
Dolce & Gabbana.

Corbata
Paul Smith.

Guantes
Urstadt Swan.



EN LOGAN
Abrigo y pantalones
**McQueen by
Seán McGirr.**

Camisa
Brioni.

Pajarita
Tom Ford.

Botas
**Christian
Louboutin.**

Guantes
Carolina Amato.

Broche
Van Cleef & Arpels.

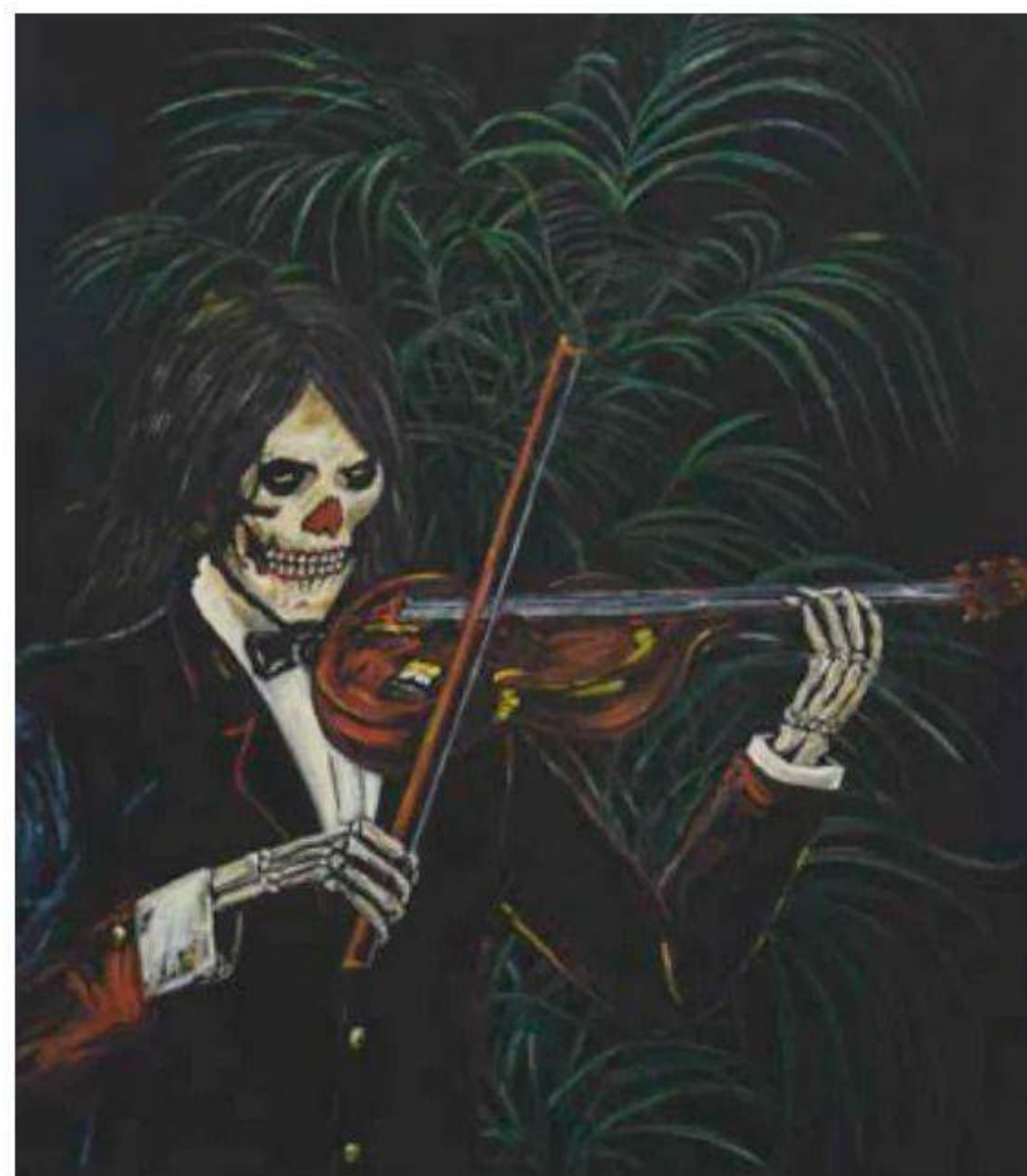
genial y terrible a la vez. Y era muy fácil oírle decir que quiere a todo el mundo. Es algo que puedo anotar, que puedo usar como mantra. Pero no dejan de ser palabras, ¿no? Así que después de ir a Maui a verle, empecé a pensar mucho en su verdadero significado y decidí intentarlo por mi cuenta. Volviendo al tema, nuestro mundo es muy divisivo. Se nos alienta a odiar. Se nos anima a despreciar los valores, las opiniones, ¡todo!, de los demás. Ya no hay decencia moral. Tengo una forma de hablar a una parte del mundo, no muy amplia, pero algunas personas prestan atención a lo que hago. Y decidí estudiar y aprender lo que significa amar a todo el mundo.

Decidí hacer algo que mostrara que las personas podemos estar unidas y no separadas. Pueden salir al mundo y

enfrentarse a todos estos males. En los cuadros de esta serie se puede comprobar que el diablo nunca tiene la misma cara. Y en lugar de desbandarse y juntarse con el diablo y caer en sus garras, estos chicos se unen y permanecen juntos, enfrentándose a la adversidad y a todas las cosas terribles que ocurren a su alrededor. Y no se desaniman, eligen el amor en su lugar y son capaces de perseverar y erradicar todos los problemas y convertir el mundo en lo que realmente debería ser. De eso hablo en esta serie. Los cuadros no tienen palabras, es casi como si estuvieran inspirados en el cine mudo, pero luego están los otros 96 dibujos de apoyo. Son una verdadera inmersión visual y textual en la explicación de lo que utilizo para acercarme cada día más a la comprensión de lo que es realmente el amor.



Thinking Again, Jan 31 + Feb 1
(2024, acrílico sobre lienzo).



The Red Violin (2023, acrílico sobre lienzo).

Sé que uno de los personajes de uno de los cuadros es Lao Tzu, casi como un ser celestial supremo. Los dibujos también son una exploración del Tao, ¿verdad?

Sí. Los cuadros son el Tao sin palabras. Hay un par de momentos a lo largo de la serie de pinturas en los que aparece un libro. En uno de ellos hay tres héroes sentados en el suelo a punto de caer en las fosas del infierno, con esta gigantesca cabeza de diablo flotando en el cielo sobre ellos. Están sentados juntos y acurrucados. Y al principio parece que se encuentran realmente en una situación difícil. Pero si miras más de cerca, están sentados alrededor de un libro y parecen muy tranquilos. Están leyendo algo que les enseña cómo afrontar la situación en la que se encuentran. Los dibujos tienen palabras y son muy claros.

¿Las palabras son literalmente fragmentos del Tao o eres tú quien las reinterpreta?

Es una combinación de ambas cosas. Llevo muchos años estudiando el Tao. Mi práctica consiste en levantarme por la mañana y dedicarme diez minutos a mí mismo sin hacer nada. Luego cojo el Tao, leo un verso, pienso en él un rato y empiezo el día. Y lo hago todos los días. Y realmente me ayuda.

Me conoces muy bien, eras una de las personas a las que llamaba cuando tenía esos ataques de pánico insoportables que sufrí durante tanto tiempo. Y después de ese viaje a Maui, como ya he dicho, en el que pasé tiempo cerca de Ram Dass, hubo algo que encajó. Mi madre me lo presentó cuando yo era un niño muy pequeño. Parecía una deidad, no una persona. Pero tú y yo fuimos y nos sentamos y hablamos con él, y no podría haber sido más humano e imperfecto. Estaba dispuesto a explicar sus defectos, a reconocerlos y a aceptarlos.

También estaba viviendo una experiencia muy humana, ya que ocupaba un cuerpo que estaba fallando por completo. Le costaba hablar, respirar, comer.

Y lo hacía con una gracia insoportable. Se me saltan las lágrimas pensando en aquella época, hermano. Que fuera una persona, no solo alguien que escribió un libro que significa algo para mí, fue muy revelador y se quedará conmigo para siempre.

Hay una mujer recurrente en estos cuadros que también está representada en la sesión fotográfica. ¿Podrías hablarnos un poco de su papel en la historia?

Es imposible que no esté totalmente inspirada en mi mujer: tener a Kat en mi vida y el amor que ha florecido rápidamente entre nosotros. Ella me ha ayudado y guiado, consciente o inconscientemente, a enderezar mi rumbo. Así que la mujer es una especie de roca para el héroe principal. Y a pesar de lo que ocurra a lo largo de la serie, ella permanece a su lado. Y no digo que ese hombre sea yo...

Pero...

No, no soy yo. Somos todos nosotros. Eso es lo real. De eso se trata realmente, de que todos somos capaces de hacerlo mejor. Lo que me vuelve loco es que es mucho más fácil amar a la gente que conoces. Por ahí se empieza. Así es como aprendes a amar a todos y a todo. Empiezas prestando atención a lo que tienes delante.

A veces esas son las personas más difíciles de amar: tu familia, tus colegas, tus amigos.

Despejas las nubes, ¡hay tantas! Alcohol, porno, gula, cigarrillos, noticias, Instagram.

Dinero.

Dinero, todas esas malditas cosas. Son tan aburridas. Son tan increíblemente aburridas.

Pintaste todos estos cuadros en 14 meses.

Sí, y los dibujos los he hecho en las últimas tres semanas.

¿Qué pasa después de terminar un proyecto de tal magnitud?

Ahora toca empezar de nuevo. Tengo muchas historias que contar. Voy a tirar un dado de tres caras, unos dados de *Dragones y mazmorras* o algo así, como de magos. Y dejar que eso me diga cuál es el camino correcto a seguir.

Cuando piensas en la inauguración de la exposición, ¿qué crees que vas a sentir?

Estoy feliz de estar aquí sentado contigo hablando de esto. En eso estoy pensando ahora. Por supuesto que lo espero con impaciencia, pero no me paro a pensar demasiado en ello. Cuando llegue el día y se abran las puertas, estaré muy emocionado.

Y ya veremos qué verso del Tao lees esa mañana.

Sí, ¡a saber! Tiene gracia, ahora tengo 93 dibujos, lo que significa que me quedan tres por hacer. Y esta mañana

he abierto mi Tao y lo he leído, y me he dado cuenta de que solo me queda un verso más, y entonces se acaba ese ciclo de lectura y vuelvo al primer verso el lunes. Y con suerte, salvo circunstancias imprevistas, terminaré esos tres últimos dibujos mañana, el día que he vuelto a empezar el Tao. Impresionante. No hay forma de planearlo de antemano. El Tao es asombroso porque te dice todo lo que necesitas saber de la forma más clara y concisa posible. Y ha existido durante miles de años. Las respuestas están ahí, siempre han estado ahí. Todo lo que tienes que hacer es leerlas. Te llevará menos de un minuto al día. ❧

Will Welch es director global de contenido de GQ.

Traducción y adaptación: **Marta Caro.**



EN YARA
Capa
Gabriela Hearst.

Ropa interior
Commando.

EDICIÓN
MURRAY
CLARK
ESTILISMO
ANGELO
MITAKOS

ESTRATEGIAS PARA • VESTIRSE BIEN

En esta caótica era de la moda masculina, aquí tenemos un nuevo manifiesto de auto-expresión (y enormes solapas).

Para poner un poco de orden, GQ ha preguntado a la vanguardia de la moda por una lista de mandamientos de estilo inclusivo.



FOTOGRAFÍAS
ROWAN CORR

ILUSTRACIONES
ANA MIMINOSHVILI

**SI TUS CALCETINES
NO SON BLANCO
NUCLEAR, FUERA
CON ELLOS**

Llevar calcetines blancos implica la gran responsabilidad de mantenerlos siempre igual de blancos. Porque en cuanto pierden ese brillo, parecen viejos, sobre todo si los combinas con unas zapatillas blancas recién salidas de su caja. Para alargar su vida útil, añade un poquito de lejía o una cucharada de Vanish al lavarlos.

ITUNU OKE, EDITOR
DE PROYECTOS DE
ESTILO DE GQ

**LAS SAMBA ESTÁN
CANSADAS, PERO
LAS ADIDAS, NO**

Seguramente tus últimas tres citas llevaban unas Samba. Las tres bandas, sin embargo, poseen suficiente legado como para soportar cualquier pico de popularidad. Puedes salirte del camino trillado con modelos menos conocidos, como las Tischtennis o las SL72

JOSHUA GOGARTY,
COLABORADOR DE GQ



Camisa
**Polo Ralph
Lauren.**
Pañuelo
del estilista.

LLEVAR UN PAÑUELO NO APORTA MUCHA PERSONALIDAD, PERO MEJORA MUCHO LAS COSAS

A veces solo necesitas un pequeño detalle para darle el toque final a tu estilismo: algo menos llamativo que una corbata, pero más informal que un collar. Aquí es donde entra el pañuelo. Coge una bandana, enróllala y áttela alrededor del cuello con un sencillo nudo. Pero cuidado con sus poderes mágicos: si no quieres que cante mucho a marinero (aunque tampoco tiene nada de malo), busca un estampado con tonos oscuros.

CHARLIE TEASDALE,
REDACTOR DE
ESTILO



PÁSATE A LO LARGO Y SIÉNTETE PODEROSO

¿Estás buscando un abrigo? Pues cuanto más largo, mejor. Parecerá más caro (como que los diseñadores no escatimaron en tela) y además te mantendrá calentito, que es su trabajo.

FEDORA ABU, REDACTORA
DE ESTILO

ENLACE AL CANAL

com/byneontelegram

Escanea el código QR:



LOS RELOJES NO SON UNA BOLSA DE VALORES

Cualquier fan de los relojes te dirá que especular con el valor de tu pieza es una batalla perdida. La inversión no es para el reloj, sino para el que lo lleva. El término “reloj para principiante” es además muy ambiguo: significa un millón de cosas diferentes para un millón de personas distintas. Pero si te puedes gastar 5.000 euros, un Rolex de segunda mano es una buena opción. Pero nunca, te diga lo que te diga ese colega tan esnob que tienes, será un básico. Busca algo que puedas ponerte todos los días con cualquier cosa, porque eso es lo que se espera de un primer reloj.

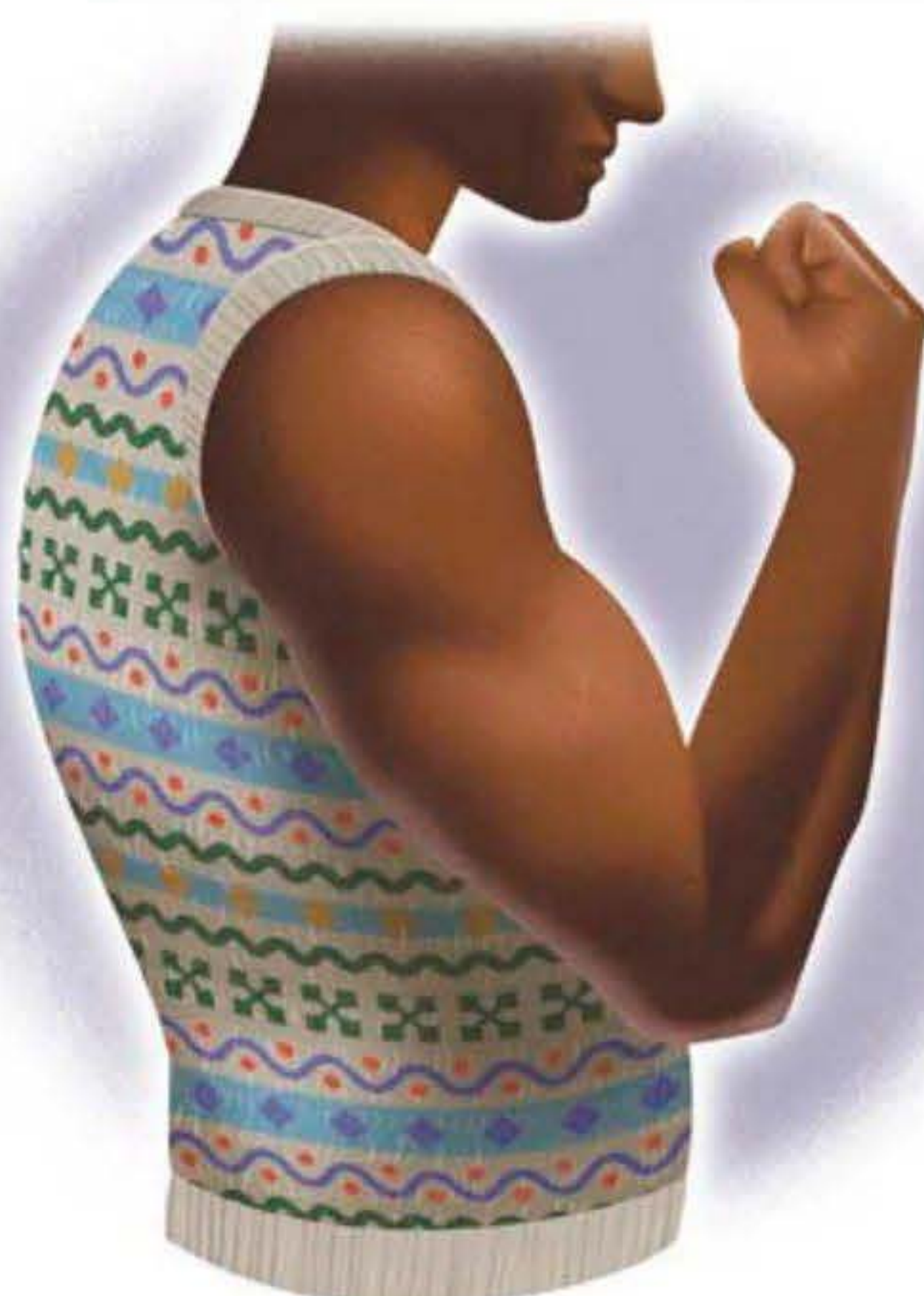
BRYNN WALLNER,
FUNDADOR DE DIMEPIECE

EL DERECHO A LLEVAR LOS BRAZOS DESNUDOS

“Todo sin mangas, polémico, lo sé”, dice Felicity Kay, ex editora de moda de *Elle* y ahora estilista de Hollywood. Viendo su lista de clientes —Paul Mescal, Ncuti Gatwa...—, hace bien en recomendar llevar los bíceps al aire con “chaquetas, chalecos, camisas... ¡Con todo!”.

¿ZAPATILLAS DE BOTA Y SHORTS?

Da igual lo alto que seas: esta combinación arruinará tu *look*. Tus espinillas parecerán más pequeñas; tus rodillas más bajas; y tu torso, más largo. Si eres un fan irredento de este dúo, al menos llévalo todo extragrande. Ahora ya en serio: haznos caso y no lo lles. ANGELO MITAKOS, EDITOR DE MODA DE GQ



NO HACE FALTA QUE LLEVES PANTALONES HOLGADOS SI NO QUIERES

No todo le queda bien a todo el mundo. Que los más caseros prefieran los cortes más holgados (o los *crop tops*, los gorros pequeños y las sandalias de goma), no significa que tengas que ir por ahí. Si te quedan mejor los pantalones más ajustados y los anchos te espantan, cíñete a lo que ya conoces. C.T.

NO LLEVES UN RELOJ, PRESUME DE ÉL

Recientemente hemos visto a muchos famosos llevando relojes de manera incorrecta, en plan dados la vuelta. No es una tendencia, sino gente poco observadora. Lo que nos lleva a preguntarnos si llevan una pieza digna de grail únicamente para elevar sus credenciales estilísticas. Si los relojes no son lo tuyo, no fuerces las cosas.

MIKE CHRISTENSEN, DIRECTOR DE ESTILO DE VIDA DE GQ

PRESTA ATENCIÓN —SIN PASARTE— A LOS CÓDIGOS DE VESTIMENTA

Las reglas están para romperlas, claro, pero incumplirlas de manera atroz —como asistir a una boda en camiseta— revelará una actitud arrogante. Una transgresión sutil (olvidarte la corbata o ir de negro, etc.) es *cool*; una descarada es una falta de respeto. J.G.

LLEVA TRAJES QUE ENTALLEN Y DEN VOLUMEN

“El hombro marcado de una chaqueta bien construida marca pauta para el resto del *look* y determina cómo se adapta al cuerpo”, dice Michael Fisher, estilista detrás de algunos de los estilismos más acertados de Jake Gyllenhaal, como los Prada que ha llevado en la alfombra roja. “Meter la parte delantera de la camisa con un cinturón aporta coherencia al estilismo”.

TRATA LA ROPA MASCULINA COMO UNA RELIQUIA FAMILIAR

El londinense Nicholas Daley ha convertido su árbol genealógico en una marca de ropa con tartanes escoceses, siluetas de inspiración jamaicana y montones de giales que han devenido verdaderas reliquias familiares. “La camisa de los Royal Marines de mi padre tiene detalles increíbles y una profunda historia familiar”, explica. Las camisas de su última colección parecen excedentes de ropa de faena militar. Y si papá donó esa prenda increíble, antes de que la vieras, vuelta a empezar. “Las mejores tiendas *vintage* están en el distrito Koenji, en Tokio”, dice Daley. “Con esas calles tan estrechas, parece un laberinto de tiendas *vintage*”.

REBUSCA EN MERCADILLOS

Los mercadillos se han convertido en una suerte de meca para los buscadores de ropa masculina de bajo coste. Pero los mercadillos tienen su arte: hay que rebuscar mucho y regatear. Y no temas optar por prendas raras. ¿Punto italiano de 1979 por unos 20 euros? Por qué no.

DAISY JONES, REDACTORA



VESTIR SEGÚN LA EDAD YA NO ES APROPIADO

Este año he cumplido 40 años y mis gorras de béisbol con estampado de leopardo *tie-dye* llevadas de atrás adelante están en plena crisis existencial. ¿De verdad tengo que jubilar las Samba plateadas de Wales Bonner? Que le den. Si no puedes quedar con tus padres con una camisa hawaiana extragrande (planchada y metida por dentro) y unos pantalones cortos *vintage*, ¿qué sentido tiene? M.C.

CON UN ESMOQUIN, BASTA (MÁS O MENOS)

Rose Forde es la estilista de Cillian Murphy, Matt Smith y Emma D'Arcy. Eso conlleva mucho trabajo de sastrería, y hay un *look* que siempre parece funcionar. “Un esmoquin clásico, si está hecho a medida, sienta bien a todos los hombres”, dice. “Encuentra la silueta que mejor se adapte a ti, ya sea cuadrada o entallada, de doble botonadura...; es mejor probarse diferentes estilos. Después invierte en un sastre bueno y de confianza, pero no te pases: no hay nada peor que parecer que te van a estallar las costuras”.

LAS ZAPATILLAS Y LOS TRAJES ESTÁN EN PROCESO DE SEPARACIÓN (PERO ESO NO SIGNIFICA QUE TE QUIERAN MENOS)

Se acabó. En estos tiempos informales, llevar traje es una ocasión muy importante que exige todos los accesorios de niño grande. Así que no estropees tu traje milanés con un par de anémicas zapatillas. Al contrario: elévalo con unos Oxford de Northamptonshire. M.C.

SI VAS A CENAR, PONTE CORBATA A VECES. QUEDA BIEN

Hace poco, en un restaurante, tenía al lado a un chico con traje y corbata no corporativo. Le quedaba muy bien, y me di cuenta de lo mucho que la corbata armoniza con la sastrería y evita que parezcas un político en una incómoda sesión de fotos. Había hecho un esfuerzo, y eso está bien.

F.R.



SI TE GUSTA CÓMO VISTE ALGUIEN, DÍSELO

Vas en el metro y te sientas junto a un desconocido que lleva *selvedge* japonés. Inclínate y dile que te encanta. ¿Pasa alguien con unas botas de Our Legacy por las que matarías? Regálale una sonrisa de agradecimiento. En la era del "todo vale" en la moda masculina, todos nos esforzamos al máximo. Considera los cumplidos al azar como tu camino hacia un buen karma de estilo.

SAM PARKER, DIRECTOR DIGITAL DE GQ

ARRAMBLA CON TODO EN LAS VENTAS DE MUESTRARIO

Besa algún culo para entrar en el circuito de las ventas de muestrario. Es una locura la cantidad de joyas disponibles a un tercio del precio. Un mensaje a un responsable de marketing ayuda, así como suscribirse a listas de correo. Los clientes habituales también pueden preguntar por futuras ventas. Si eres leal con tu dinero, ¡no te cortes! M.C.



Jersey polo
Louis Vuitton.

ARRIBA CON EL CUELLO DEL POLO

A imagen y semejanza de los abusones de la pantalla, subirte el cuello del polo o de la camiseta de rugby te dará un aire de tío popular, guapo y malote. Y la verdad es que es un gran *look*... M.C.

MARQUE
L. VUITTON
DEPOSEE

UN BUEN AJUSTE VERSUS TENDENCIAS

Fuera modas. Tu tipo de cuerpo es el verdadero protagonista. Si eres delgado, evita las prendas holgadas y con caída; los más altos deben elegir la longitud exacta de la entrepierna para que los vaqueros no parezcan siempre cortos. I.O.

QUE NO TE DÉ VERGÜENZA ALQUILAR ROPA

¿Por qué gastar cinco cifras en un diseñador en lugar de dos? El alquiler es a la carta, de bajo compromiso e inevitablemente efímero: una *situationship* con la ropa, pero con final feliz y sin lágrimas. Aunque la moda masculina ha tardado más en repuntar que la femenina, ahora hay mejores opciones. Z.S.



**LAS PRENDAS
CLÁSICAS DE
DEPORTE PEGAN
CON CASI TODO...**

"Creo que al final se trata más de cómo se lleva la ropa deportiva que de cómo se hace", afirma Nikolaj Hansson, patinador reconvertido en tenista que ha volcado ambos deportes en su marca de culto Palmes. "Intentamos no transformarlo demasiado: una bonita chaqueta de chándal o un bonito pantalón de chándal deben ser eso, y punto. Luego los combinas con una gabardina en Harris Tweed y un par de mocasines, y parece casi formal".

**...PERO SOLO AL
2% DE LA GENTE
LE QUEDA BIEN
UNA CAMISETA
DE FÚTBOL**

Es difícil estar guapo con una camiseta de fútbol en un partido, y mucho más en un bar, o en cualquier otro sitio. Si puedes, lleva una *vintage*. Los nuevos tejidos de alta tecnología solo combinan bien con otros tejidos de alta tecnología. Y sí, asegúrate de saber algo sobre el equipo en cuestión. C.T.

Gabardina
Burberry.

Cazadora (interior)
Wales Bonner en
Mr Porter.

Camiseta *vintage*
del Arsenal
Classic
Football Shirts.

La milagrosa resurrección de

En 2019, un incendio estuvo a punto de destruir la joya de la corona de Francia, y la nación se fijó un vertiginoso plazo de cinco años para hacerla resurgir de sus cenizas. Esta es la historia de cómo un ejército de artesanos retrocedió siglos para restaurar Notre Dame a mano y terminó resucitando algo aún más grande que la propia catedral.

POR JOSHUA HAMMER

FOTOGRAFÍA
PATRICK ZACHMANN



Notre-Dame



LGO DESPUÉS de las seis de la tarde del 15 de abril de 2019, Rémi Fromont estaba tomando algo en la Brasserie Saint-Malo, un animado café de Montparnasse, en París, cuando sonó su teléfono.

“Notre Dame está ardiendo”, le dijo un amigo al otro lado de la línea.

Fromont, arquitecto jefe de monumentos históricos del Ministerio de Cultura francés, supuso que se trataba de una broma. Pero cuando el interlocutor insistió en que hablaba en serio, Fromont saltó de su silla, se montó en su bicicleta y pedaleó hacia la catedral.

Fromont es un hombre delgado y elegante de 46 años, con un rostro de querubín enmarcado por marcados rizos castaños. Nacido en Vincennes, a las afueras de París, ha pasado su carrera renovando lugares de importancia nacional y conoce a la perfección la arquitectura medieval. Notre Dame era un polvorín, y si no controlaban el fuego, sabía que el resultado sería calamitoso.

Quince minutos más tarde, Fromont llegó a Notre Dame, en la Isla de la Cité. De la cubierta de plomo de la catedral ascendían volutas de humo. Un resplandor ominoso empezaba a envolver la Flecha, la aguja de más de 90 metros de altura añadida por el arquitecto francés Eugène Viollet-le-Duc en 1859. Pero bajo la aguja había un riesgo mayor: el armazón original del tejado de la catedral, un conjunto de vigas medievales de roble, talladas con hacha, de unos 90 metros de largo y 9 de alto, tan denso e intrincado que recibió el sobrenombre de *la forêt*, el bosque.

Un colega que había llegado unos minutos antes se acercó a Fromont. También él conocía la combustibilidad de la madera antigua.

“El bosque”, le dijo su colega, “está perdido”.

Cientos de bomberos intentaban ya controlar las llamas. Uno de ellos expresó a Fromont su temor de que las bóvedas, los arcos de piedra caliza que formaban el techo del grandioso interior, pudieran derrumbarse. Si eso ocurría, toda la catedral podría venirse abajo. Fromont sabía que las catedrales góticas de toda Francia habían resistido intensos bombardeos durante las dos Guerras Mundiales. “Todo [el interior] estaba destruido, pero los altos muros seguían allí”, explica Fromont. Luego compartió su propia preocupación: las dos campanas de la torre sur de la fachada occidental. Si el fuego se propagaba allí, las campanas de bronce del interior —que pesaban unos 10.000 kilos— podrían caer al suelo, dañar los muros y poner en peligro a los bomberos que se encontraban dentro de la iglesia.

Aproximadamente una hora después de su llegada, Fromont, como miles de parisinos en la ciudad y millones de personas en todo el mundo a través de los medios, contempló cómo la aguja de 750 toneladas, formada por 1.230 vigas de roble, ardía, se tambaleaba, se rompía como una cerilla y se estrellaba contra el tejado. Los espectadores se echaron a llorar de incredulidad y horror.

El bosque sucumbió pronto al fuego. Las llamas atravesaron las celosías, convirtiendo en cenizas las vigas de roble de 800 años de antigüedad. Las viguetas y los travesaños crepitaban, ardieron, se partieron y se desplomaron sobre las bóvedas, aunque, afortunadamente, la mayoría resultaron lo bastante resistentes como para soportar el peso de la madera que caía.

En pocas horas, añade, “no quedaba nada”.

Fromont permaneció allí hasta las dos de la madrugada, angustiado, sin acabar de creerse lo que había presenciado. Para muchos, la catedral era el alma de Francia, eternamente ligada a la identidad del país. Victor Hugo la utilizó como escenario de *El jorobado de Notre Dame*. Napoleón Bonaparte la salvó de una posible destrucción durante la Revolución Francesa y se hizo coronar allí emperador en 1804. Charles de Gaulle celebró un servicio religioso tras la liberación de París en 1944. En 2019, Notre Dame atraía a más de 10 millones de visitantes al año, lo que la convertía en una de las atracciones turísticas más populares del mundo. Ahora era una ruina carbonizada.

EL DÍA DESPUÉS del incendio, el presidente francés Emmanuel Macron hizo una promesa: Notre Dame volvería a alzarse en los siguientes cinco años. Los multimillonarios franceses del lujo François-Henri Pinault y Bernard Arnault se comprometieron a aportar un total de 300 millones de euros para la reconstrucción; según *The New York Times*, en los días posteriores al incendio se donaron o prometieron más de 850 millones de euros. Se creó una nueva agencia gubernamental para supervisar el proyecto, Rebatir Notre-Dame de Paris (Reconstruir Notre Dame), y Macron nombró responsable de la misma a Jean-Louis Georgelin, antiguo jefe del Estado Mayor de las Fuerzas Armadas de Francia y canciller de la Legión de Honor. Philippe Villeneuve, arquitecto jefe de los monumentos nacionales de Francia, de 61 años, supervisaría la restauración. Fromont se uniría a su equipo.

Una vez extinguido el fuego, funcionarios eclesiásticos, ingenieros y expertos en arquitectura inspeccionaron los daños. Concebida en 1160 por Maurice de Sully, entonces obispo de París, Notre Dame tardó casi dos siglos en finalizarse. Ejemplificaba un nuevo y revolucionario estilo arquitectónico gótico caracterizado por bóvedas altísimas, techos ornamentales que unían varios arcos, vidrieras, arbotantes y una nave (la parte central de la iglesia, donde se sientan los fieles) y un coro (que proporciona asientos al clero y está orientado al este, hacia Jerusalén) llenos de luz. Aunque aún se está investigando el origen del incendio, los investigadores sospechaban en los días posteriores que el siniestro se había originado en la Flecha, probablemente a causa de un cortocircuito eléctrico. Cuando la aguja se desplomó, destruyó parte de la bóveda de la nave, abriendo un enorme agujero en el tejado. Esa misma noche se derrumbó también el brazo norte de la bóveda de crucero. Sin embargo, ninguna de las pinturas, esculturas

y vidrieras de incalculable valor que poblaban el interior de la iglesia —aunque sí estaban manchadas por el humo y chamuscadas por el fuego— había quedado destruida sin posibilidad de reparación.

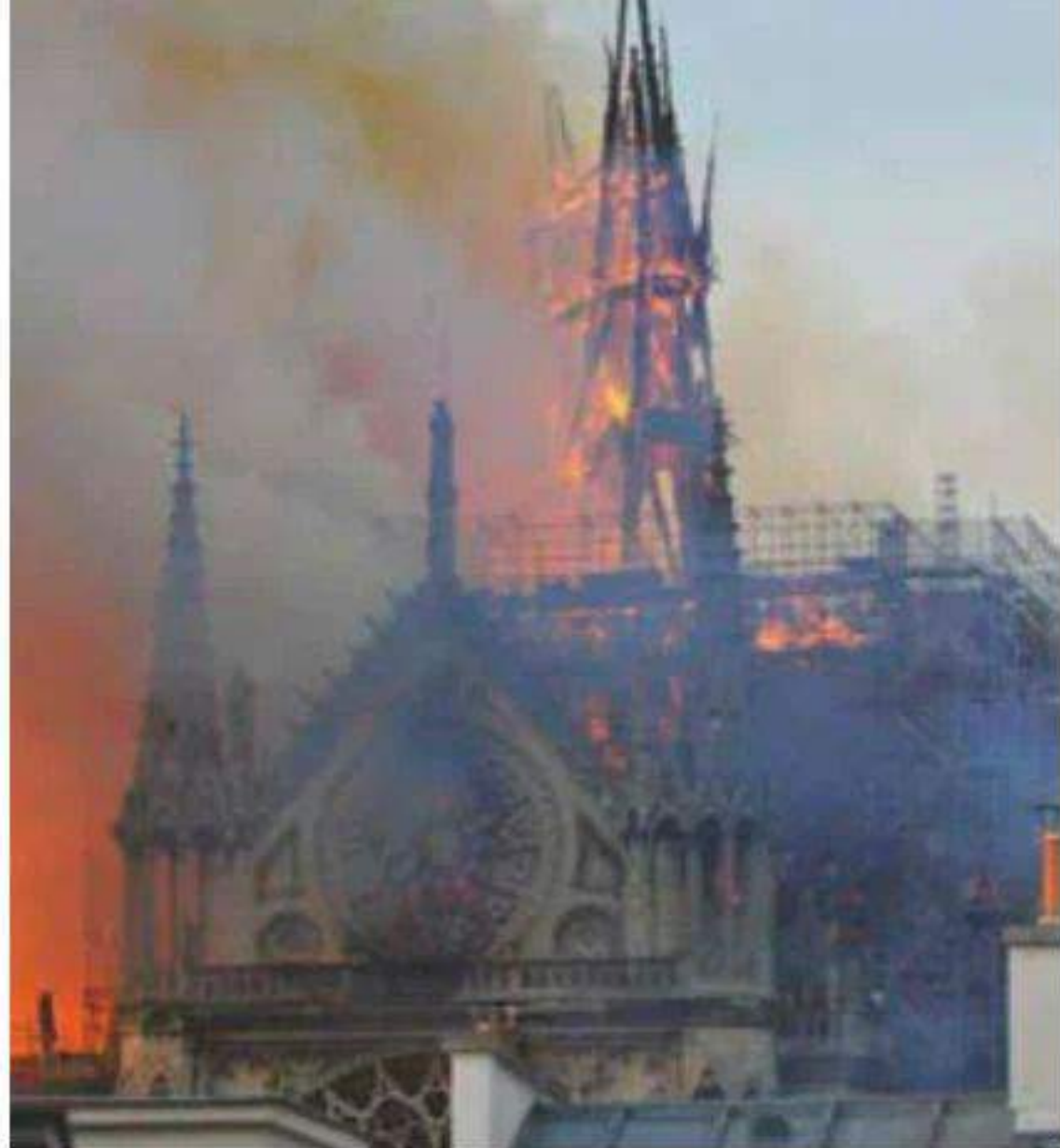
El armazón del tejado era otra historia. Conocido en francés como la *charpente*, era un ingenioso ensamblaje de cerchas de forma triangular, cada una de ellas formada por vigas horizontales y verticales y cabrios diagonales diseñados para soportar la pesada cubierta del tejado y distribuir el peso sobre los muros situados debajo. Construida con miles de piezas de madera y ensamblada sin clavos, era un logro singular, una de las estructuras de madera al completo más antiguas conservadas del mundo. Y ahora, junto con la Flecha de Viollet-le-Duc, había desaparecido.

Pronto se encendieron debates sobre cómo reconstruir el espacio sagrado. Fromont comparó las pasionales discusiones con las que rodearon a la Zona Cero tras el 11-S. No había muerto nadie en el incendio, pero para los franceses, obsesionados con el patrimonio cultural y la tradición, la cuestión adquirió una urgencia similar. “Una idea era dejarlo completamente vacío, intacto”, me cuenta Fromont. “Pero eso no tenía sentido. Notre Dame es una iglesia viva y había que reconstruirla”. Otros argumentaban que las secciones destruidas debían restaurarse con materiales modernos y resistentes al fuego. Durante la Primera Guerra Mundial, los proyectiles de la artillería alemana redujeron la Catedral de Reims, otra obra maestra del gótico, a madera carbonizada y escombros. En 1919, el arquitecto Henri Deneux puso en marcha la restauración, reconstruyendo el tejado de la iglesia con hormigón armado, una decisión controvertida en su momento.

A Fromont no le gustaba el planteamiento de Deneux. Consideraba que la *charpente* del tejado podía reconstruirse exactamente como lo habían hecho los carpinteros medievales. Ese enfoque no estaba exento de riesgos —según reconoce Fromont, “la madera arde. No voy a decir lo contrario”—, pero se podían adoptar ciertas medidas para mitigar su vulnerabilidad. De hecho, el arquitecto tiene un don especial que podría ser la clave de la resurrección de la catedral.

LOS ARTESANOS medievales de Notre Dame —los herreros que forjaban las hachas, los taladores que escuadraban la madera, los ebanistas que unían los maderos sin clavos ni tornillos— representaban un saber hacer que prácticamente ha desaparecido en la era de Ikea. Los albañiles cortaban la piedra caliza de las canteras cercanas a París y transportaban los bloques en carros de caballos hasta la capital. Los guardabosques buscaban en la densa vegetación los robles más rectos y robustos y los talaban con hachas de acero. Utilizaban cuerdas y andamios hechos de ramas para izar la madera y la piedra.

La *charpente* del tejado fue quizá su mayor creación. Sin embargo, Fromont me cuenta que, hasta hace poco, nunca había sido objeto



Páginas de apertura y esta página: Desde el incendio, unos 1.000 artesanos (ebanistas, restauradores de pinturas, vidrieros, organeros, metalistas y escultores de piedra) han trabajado en la restauración, lo que ha implicado limpiar o reparar unas 40 vidrieras, el gran órgano de 8.000 tubos, 23 pinturas, casi mil metros de metalistería y 54 grutescos, entre ellos algunas de las famosas gárgolas.

de un estudio académico serio. Oculta a la vista y de difícil acceso, parece haber sido ignorada por los académicos, que preferían centrarse en las gárgolas de Notre Dame, en los arcos de piedra caliza, en los arbotantes y otras glorias más tangibles. Existían bocetos de la *charpente* en el siglo XIX, asegura Fromont, incluso de Viollet-le-Duc, pero eran “incoherentes” y “no representaban la realidad”. No fue hasta siglo y medio después cuando los dendrocronólogos —los científicos que estudian los anillos de los árboles— analizaron algunas de las maderas medievales.

En 2012, Fromont, que entonces tenía 35 años y estudiaba en la Escuela de Chaillot de París, decidió abordar esa falta de conocimiento. Para obtener su título superior, Fromont propuso dedicar un año a inspeccionar cada centímetro de la *charpente*. Cuando por fin les concedieron el permiso, Cédric Trentesaux, su compañero en el proyecto, y él accedieron al transepto sur de la catedral y subieron por una escalera de caracol hasta el frontón sur triangular. Allí se colaron por una abertura y entraron en un reino medieval apenas visitado en más de 800 años.

Al instante, se vieron envueltos en la oscuridad. En el aire flotaba el aroma rancio del roble centenario. Fromont lo respiró, deleitándose con la emoción del descubrimiento. Una hilera simétrica de triángulos de roble, cada uno de ellos fortificado por una docena o más de vigas y puntales verticales, horizontales y diagonales, formaba el armazón sobre la nave; un número igual formaba el armazón sobre el coro. Sobre el ábside, el nicho curvo del extremo oriental de la iglesia, las vigas de roble curvadas se unían para formar una especie de tipi. En conjunto, según escribió un investigador francés, la ingeniería reflejaba el trabajo de “uno de los maestros carpinteros más audaces e importantes de su tiempo”.

Durante el año siguiente, Fromont y Trentesaux subieron al bosque una vez a la semana. Desde la mañana hasta la noche,

tiritando en invierno y sudando en verano, trabajaron con una atención metódica a cada detalle. Tomaban fotografías y medidas con láser, registrando los signos de reparaciones y modificaciones realizadas después de la construcción original. Observaron las sutiles variaciones de cada pieza de madera y los rastros de las hojas de hacha que los hacheros habían utilizado, siglos atrás, para escuadrar las vigas. Los carpinteros, percibió Fromont, habían cincelado iniciales y números romanos en cada armazón, proporcionando un registro cronológico de la asombrosa construcción del bosque.

Los dos investigadores emergieron del proyecto con el plano más extenso jamás compuesto de la estructura de 800 años de antigüedad. “No era mucho, pero era suficiente”, concede Fromont, mostrándome algunos de esos dibujos, superpuestos con chinchetas magnéticas sobre las paredes de su despacho. Una década más tarde de aquello, servirían de hoja de ruta para el renacimiento de Notre Dame.

MESES DESPUÉS del incendio, el olor a humo aún flotaba sobre los escombros. Los equipos de seguridad merodeaban por el lugar, midiendo los niveles de contaminación por plomo y retirando cuidadosamente las esculturas y pinturas dañadas. Había cierto escepticismo sobre la posibilidad de recrear la *charpente* en su esplendor original, pero Fromont encontró un aliado en François Calame, el principal apóstol francés de la carpintería tradicional. A principios de los 90, Calame visitó Maramures, una remota región del oeste de Rumanía. Aislados de un mundo en rápida transformación durante los 24 años de dictadura de Nicolae Ceaucescu, sus artesanos habían mantenido vivas las viejas técnicas de la carpintería.

Al igual que en Rumanía, los hacheros franceses tradicionales utilizaban herramientas manuales: la *hache de grossière*, un hacha de mango largo y hoja estrecha utilizada para

arrancar grandes cantidades de madera, y la *doloire*, un hacha de hoja ancha y mango corto diseñada para astillar con precisión siguiendo la veta de la madera. Es un trabajo lento y físico: escuadrar la madera a mano puede llevar mucho más tiempo que hacerlo con sierras eléctricas. Por eso, en el siglo XX, las hachas prácticamente desaparecieron como herramientas de construcción. Sin embargo, sus defensores ensalzan el resultado final: vigas más flexibles y resistentes, e imperfecciones que reflejan la labor y el amor por la artesanía. “Es una especie de trabajo mágico porque sientes el material”, sostiene Fromont. “Lo hueles y lo tocas”.

Calame se convirtió en uno de los mejores conocedores del *doloire*, una herramienta que evoca imágenes de cruzados y siervos medievales. Mientras viajaba por Europa del Este en busca del hacha perfecta, Calame se deleitaba con las diferencias en la forma del filo, el tipo de acero y la curva del mango. En 1992 fundó Charpentiers Sans Frontières (Carpinteros sin Fronteras), una asociación de maestros artesanos que viajan a obras de construcción de todo el mundo. Utilizaron árboles recién talados y hachas para levantar forjas y pozos octogonales en Rumanía, una casa en China, una herrería en la Maine rural...

Según Calame, los artesanos rumanos trabajaban exclusivamente con madera recién cortada. Los constructores modernos suelen desaprobado el uso de “madera verde” porque el material puede doblarse y alabearse, perdiendo su masa al evaporarse su humedad. Prefieren dejar secar la madera cortada antes de colocarla en un armazón. Los tradicionalistas sostienen que la flexibilidad de la madera verde la hace mucho más sensible a las herramientas manuales y puede dar lugar a un producto más sólido. Fromont vio marcas reveladoras en la veta de la madera de la *charpente* que indicaban que los carpinteros medievales de Notre Dame habían empleado madera verde; aquella estructura,

por supuesto, perduró durante casi un milenio. Ahora, el movimiento que Calame ayudó a inspirar desempeñaría un papel crucial en la resurrección de la catedral más famosa del mundo.

En 2020, en el césped de un castillo del siglo XVIII cerca de la costa normanda, Carpinteros sin Fronteras organizó una demostración para los responsables de Notre Dame. Veinticinco carpinteros voluntarios construyeron una réplica de la viga número siete de la nave, la más difícil técnicamente. Una vez unidas las piezas de madera, los carpinteros levantaron lentamente la estructura del suelo para que los mandamases pudieran imaginar cómo quedaría en la iglesia. “Demostraron que se podía hacer el trabajo a mano y que no sería mucho más caro ni más lento”, me explica Fromont. En una ligera concesión a la modernidad, utilizaron sierras automáticas para escuadrar dos de los cuatro lados de cada tronco.

Para Philippe Jost, ingeniero que por entonces ejercía de director adjunto del general Georgelin, la exhibición le confirmó la corazonada de Fromont sobre cómo proceder. “Creemos que lo mejor es que la catedral siga siendo la misma”, reconoce Jost: “La verdad se expresa a través de los materiales genuinos —el roble, la piedra— y del respeto por el monumento tal y como lo conocíamos”.

No solo se reconstruiría la *charpente* del tejado según los métodos germinales. Las 460 toneladas del plomo original se fundieron en el incendio, y las partículas tóxicas se extendieron por todo París, contaminando parques, calles y edificios. Sin embargo, como entendían los maestros medievales, el plomo es flexible, duradero y capaz de soportar intensas ráfagas de viento. Hoy en día, el uso del plomo está regulado en Francia, pero se les concedió permiso para emplear el material de la aguja original en la restauración. Una réplica de la aguja con armazón de roble barnizado de Viollet-le-Duc, recubierta con una piel de plomo, se elevaría también sobre la iglesia.

JUSTO CUANDO Fromont estaba recabando apoyos para su *charpente*, el Covid amenazó con desbaratar el plan de Macron. En la primavera de 2020, la pandemia obligó a detener temporalmente todos los trabajos en el interior de la catedral. Pero se pusieron en marcha protocolos de seguridad, y unos 1.000 artesanos —entre ellos, escultores de piedra, restauradores de pinturas, metalúrgicos, vidrieros, reparadores de órganos y ebanistas— se incorporaron a las tareas. Debían limpiar o reparar unas 40 vidrieras, el gran órgano de 8.000 tubos, 23 pinturas, casi mil metros de metalistería y 54 grutescos, incluyendo algunas de las famosas gárgolas. Hubo que reconstruir las bóvedas derrumbadas. Cuatro talleres especializados en la restauración de edificios patrimoniales —Les Bras Frères, Asselin, Cruard Charpente y MdB Métiers du Bois— recibieron el encargo de recrear la aguja.

Loïc Desmonts tenía la ambición de resucitar el bosque. Desmont y su padre, Rémy,

dirigen un pequeño taller en el pueblo normando de Nassandres-sur-Risle, rodeado de campos de trigo, remolacha azucarera y lino. En 2011, el mayor de los Desmonts se topó con un equipo de Carpinteros sin Fronteras que estaba renovando un granero medieval en la zona. Loïc, que entonces tenía 12 años, recuerda que su padre le animó a acompañarlo a presenciar la obra. “Podía oler la madera fresca, el calor de la herrería”, evoca Loïc. “Era una locura ver a esa gente, 40 carpinteros de todo el mundo, hablando diferentes idiomas”.

Durante la siguiente década, Talleres Desmonts se convirtió en líder del pequeño pero creciente movimiento francés que Calame había ayudado a crear. Los tradicionalistas argumentan que la construcción moderna, basada en sierras mecánicas, maderas cortadas simétricamente y vigas fijadas con cola o placas metálicas, le ha quitado alma a la profesión de carpintero. “Pones tornillos en madera precortada. No sabes de dónde vienen los árboles”, reflexiona Loïc, de 25 años, mientras recorremos su taller. De complexión robusta, pelo castaño despeinado, barba y bigote, tiene los modales animados de un hombre que ha abrazado plenamente su vocación. Antiguamente, explica, había que ir al bosque a buscar árboles de la longitud y el diámetro de la viga que se necesitaba y trabajar la madera a mano en el taller. Cuando Reconstruir Notre Dame anunció que aceptaba propuestas para volver a levantar el bosque, los Desmonts pensaron que sus posibilidades de conseguir el contrato eran escasas. Eran una pequeña empresa familiar. ¿Cómo iban a competir con los gigantes del sector? “No nos lo planteábamos”, admite Loïc. Pero dado que Reconstruir Notre Dame seguía una metodología tradicional, empezaron a pensar que su saber hacer les convertía en candidatos perfectos para el trabajo. “Dijimos: ‘Somos los únicos que podemos hacerlo. Conocemos a la gente. Hemos soñado con ello, y creo que somos la opción ideal’. Uno de esos otros gigantes de la industria era Talleres Perrault. Fundado en 1760, este negocio, con sede en Saint Laurent de la Plaine, en Anjou, tenía 170 empleados y un historial de grandes proyectos patrimoniales. Los Desmonts consideraron que las dos empresas podían formar una asociación ganadora y se pusieron en contacto con Jean-Louis Bidet, director técnico de Talleres Perrault. “Nos reunimos y decidimos que íbamos a trabajar juntos”, recuerda Bidet. “Nosotros sabemos diseñar y tallar estas grandes *charpentes*, y ellos saben cortar la madera con el hacha”.

En julio de 2022, la agencia encargada anunció los proyectos ganadores: Talleres Perrault y Talleres Desmonts. Loïc estaba entusiasmado. Durante más de una década, su pequeño negocio había trabajado en un relativo anonimato. Ahora iba a emprender el proyecto de renovación más publicitado y mediático del mundo.

ESE MISMO AGOSTO, empezaron a identificar árboles potenciales. La silvicultura ha cambiado mucho desde la época medieval.

La tala de la madera solía hacerse con hachas, pero ahora las motosierras realizan la mayor parte del trabajo. Algunos leñadores de antaño sostienen que los árboles solo deben serrarse en determinadas épocas del año, como el invierno, cuando supuestamente el nivel de savia es más bajo y la madera más ligera. Pero ahora el abatimiento o tala de árboles se produce sin descanso, independientemente de la estación.

La novia de Loïc, Lou Karoui, ingeniera agrónoma, viajó a las reservas forestales de Normandía y el valle del Loira para localizar la madera adecuada. Los aserradores talaron 1.200 robles, la mayoría de entre 80 y 150 años y de unos 18 metros de altura, incluidos los árboles raros y de forma irregular necesarios para la nave y el coro. “Teníamos que encontrar la madera perfecta con la curva perfecta, similar a las del armazón original”, explica Bidet.

Los dos negocios se dividieron las tareas de reconstrucción: Talleres Perrault se encargaría del coro y Talleres Desmonts de la nave. “Jean-Louis y yo tuvimos conversaciones muy duras”, me cuenta Loïc mientras almorzamos bistec y patatas fritas en Harcourt, un pueblo cercano a su taller. “Ellos eran convencionales, y nosotros tradicionales”. Loïc explica que, al principio, Talleres Perrault abordaba el corte como otras empresas modernas, “serrando maderas rectas con grandes máquinas”. Según Loïc, también seguían la práctica contemporánea de serrar la albura para llegar al duramen del árbol, que es más duro. En su opinión, “fresaban una barbaridad y desperdiciaban mucha madera”. Loïc dejaba intacta la mayor parte posible de la albura, la capa más joven, blanda y externa del árbol. Ambos talleres adoptaron un método mixto. Loïc, tirando de sus buenos contactos, asumió la inmensa labor de reunir tanto los materiales necesarios como el pequeño ejército de artesanos que sabía que requerirían.

A finales de 2022, Loïc envió un aluvión de correos electrónicos y mensajes de WhatsApp a personas que había conocido a través de Carpinteros sin Fronteras. 55 artesanos y cinco artesanas —de Francia, Estados Unidos, Argentina, España, Italia, Inglaterra y Lituania— respondieron a su llamada. Loïc recuerda que 30 de ellos fueron destinados a Talleres Perrault y otros 30 a Nassandres-sur-Risle. Entre ellos estaba Hank Silver, hijo de un rabino, que tiene una pequeña empresa de carpintería en el oeste de Massachusetts. Entabló amistad con Loïc en un proyecto de Carpinteros sin Fronteras unos años antes y puso rumbo a Normandía en 2023 porque le cautivó, asegura, la idea de “mantener vivas las técnicas y el saber hacer tradicionales”.

Los talleres proporcionaban comida a los artesanos, y les buscaban alojamiento. Loïc encargó 60 hachas a un herrero conocido suyo cerca de Estrasburgo; cada una de ellas tenía que hacerse a mano para adaptarse a las necesidades de cada persona. Los mangos tenían que ser ergonómicamente curvados para zurdos o diestros, para que el trabajador

no se lastimara las manos contra la madera en cada golpe. Las hojas se forjaron con dos tipos de hierro: uno muy duro en el filo y otro más suave, que reducía las vibraciones capaces de provocar lesiones por esfuerzos repetitivo. Para cortar la madera necesaria —el equivalente a unos 12 kilómetros colocados de punta a punta—, los talleres hicieron concesiones a los tiempos modernos. Si pasaban dos de las caras de los troncos por un aserradero, podían reducir el tiempo de trabajo. Aunque no era el método original, dice Loïc, permitió a los dos negocios respetar el grano, preservar la energía de la cuadrilla y probablemente también acabó reduciendo costes. “El trabajo con madera es físicamente exigente”, explica: “Hay que tener un estado de ánimo realmente fuerte”. En junio de 2024, las 60 armaduras de la nave ya descansaban colocadas en enormes tiendas de campaña en los terrenos del taller. Ese mismo mes, el general Georgelin, acompañado de responsables de Reconstruir Notre Dame, arquitectos y miembros de la prensa, acudió a ver los avances. Orgulloso, Loïc saludó calurosamente al general, y junto con los artesanos de Talleres Desmonts, le enseñó a usar la *doloire* y le dejó cortar un tronco. “Le enseñamos cómo se hacía en la Edad Media”, recuerda Loïc. Ante la mirada de Georgelin, los carpinteros izaron con cuerdas una de las cerchas, de unas siete toneladas, y la apuntalaron tal y como quedaría en el interior de la catedral. “Viva la *charpente*”, me cuenta Loïc que dijo el general. “Viva Notre Dame. Y viva la familia Desmonts”.

Pero Georgelin nunca vería Notre Dame reconstruida. Poco después de aquello, el general se tomó unas breves vacaciones para embarcarse en una excursión en solitario por los Pirineos. En agosto de 2023, su cuerpo fue encontrado al pie de una montaña cerca de la frontera española; se cree que cayó al vacío. Loïc, aturdido, recuerda su firme apretón de manos, sus maneras jocosas y su aire de autoridad. Dejó un gran vacío en el centro del proyecto. “Fue una gran conmoción”, me cuenta Philippe Jost, que asumió el mando tras la muerte del general. “Pero nos preguntamos qué querría él. Él querría que siguiéramos adelante y acabáramos el trabajo”.

A FINALES DEL verano de 2023, las cerchas estaban listas. Los carpinteros desmontaron las miles de piezas que las componen y las transportaron en camiones hasta la Isla de la Cité. Uno a uno, los obreros volvieron montar los armazones en la base de Notre Dame. A continuación, las grúas las colocaron cuidadosamente en su posición, luchando contra el viento.

Otras partes de la renovación avanzaban rápidamente. En diciembre, una grúa colocó con delicadeza un nuevo gallo dorado —emblema nacional de Francia y símbolo del cristianismo— sobre la aguja recién terminada. El gallo, una derivación del original que adornaba la Flecha, tiene unas alas en forma de llama que evocan el ave fénix resurgiendo de sus cenizas. Villeneuve, que

diseñó el nuevo ornamento, lo definió como “un fuego de resurrección”.

El 12 de enero de 2024 se completó la *charpente* del coro. Entonces, el carpintero más joven del proyecto, Léonard, de 19 años, de Talleres Perrault, colocó sobre ella un ramo de mimosas amarillas. Unos meses más tarde, el 8 de marzo, llegó el momento de la celebración para el equipo que había construido la *charpente* de la nave. Observando la escena con una mezcla de euforia y melancolía, Loïc se lanzó a pronunciar un discurso ante los carpinteros y miembros de Reconstruir Notre Dame, pero a los dos minutos tuvo que parar, embargado por la emoción.

UNA TARDE DESPEJADA del pasado junio, Frédérique Meyer, responsable de relaciones con la prensa de Reconstruir Notre Dame, se reunió conmigo en el improvisado campamento base de la agencia, justo al otro lado del extremo oriental de la catedral. Me puse las botas de goma, el traje de protección y el casco, y me uní a Meyer en la inmensa obra de reconstrucción.

La catedral estaba cubierta de andamios, pero Meyer confiaba en que Notre Dame se inauguraría el 8 de diciembre, menos de seis meses después. Un ascensor desvencijado nos condujo hasta el tejado. Subimos a una plataforma donde unos cuantos obreros descansaban bajo un sol abrasador. Se hallaban en la fase final de la colocación de los nuevos paneles de plomo sobre la *charpente*, un laborioso procedimiento que comenzó dos meses antes. Los artesanos moldearon primero las pesadas tejas en un taller de las afueras de París; después, los techadores las colocaron en tablones de roble seco, llamados *voliges*, sobre el armazón del tejado, y encima una capa de papel impermeable. Por último, las tejas se fijaron meticulosamente con listones de madera.

París se extendía ante nosotros. El Sena y sus paseos ribereños presentaban una escena no muy diferente, pensé, de la que debieron disfrutar los carpinteros del siglo XII en sus andamios hechos de tablones. La antigua plaza a nuestros pies estaba ocupada por una exposición temporal que mostraba retratos en blanco y negro de escultores, albañiles y otros artesanos, y por turistas sentados en gradas que observaban la reconstrucción. Más allá se alzaba la ciudad moderna; los elegantes rascacielos de La Défense, la Fundación Louis Vuitton, la Torre Eiffel...

Tras conversar con los obreros, Meyer me acompañó al interior. Esperaba ver el armazón del tejado al completo en todo su esplendor. En cambio, me encontré deambulando por lo que parecía un desván de techo bajo, una carrera de obstáculos de postes y travesaños. Varias gradas de plataformas de trabajo provisionales dividían la *charpente* del coro, permitiéndome vislumbrar solo una pizca de la obra maestra. Los trabajadores estaban instalando en la Flecha y en todas las *charpentes* un sistema de extinción de incendios, que lanzará chorros de agua nebulizada en caso de producirse otro incidente. En la base

de la aguja se instalaron dos cortafuegos. Jean-Louis Bidet, que llegó en coche aquella misma mañana, señaló a través de un agujero en el suelo las bóvedas situadas unos metros por debajo de nosotros, donde gran parte del techo había permanecido intacto.

Se nos unió Hank Silver, el carpintero de Massachusetts, que se pasó ocho meses en Normandía construyendo la *charpente* junto a los demás artesanos. La mayoría de los extranjeros habían vuelto a casa, pero Silver —con barba, gafas, cuarenta y pocos años— se enamoró en Francia y decidió quedarse. Ahora domina el francés y busca un empleo a tiempo completo. Mientras tanto, trabaja en la finalización del tejado.

Caminamos hacia el oeste, en dirección a la nave, y llegamos al pie de la aguja. Hombres con arneses atravesaban la estructura de roble como alpinistas, asegurándose de que cada uno de los 2.000 ensamblajes —juntas— se mantuviera firme.

En el interior, Silver me mostró las marcas que las hachas dejaron en la madera. En lugar de la suavidad de las piezas escuadradas en los aserraderos, las vigas tenían un aspecto áspero y ondulado. Cada imperfección reflejaba los caprichos del grano, la forma del hacha y el estilo de corte. “Estos armazones labrados con hacha son más bellos, más interesantes y más profundos, porque el trabajo humano deja sus huellas”, me explicó Jost, entonces director del proyecto de Reconstruir Notre Dame, esa tarde en una sala de conferencias con vistas al ábside. La *charpente* reconstruida, me contó, refleja tanto el saber hacer como la dedicación de los cientos de artesanos que la han construido. “Tiene alma”, sentenció.

Como muchos otros en Notre Dame, Hank Silver sentía que había dado su alma al proyecto. Ahora estaba decidido a llevarlo a cabo hasta el final. Hasta hacía poco, Silver ni siquiera sabía lo que era una nave. Pero se había familiarizado con la historia de la catedral. La construcción original del siglo XII duró tanto, me contó, que tres generaciones diferentes dejaron su huella en el armazón. Silver señaló una viga del lado norte de la iglesia, donde un artesano moderno había grabado su firma personal: una media luna. “Muchos de nosotros hemos dejado aquí nuestras propias marcas”, añadió.

Bidet, de pie junto a nosotros, observaba con sentimientos encontrados. La obra maestra que su colegas y él habían construido estaba a punto de ser cubierta y ocultada al mundo, reconocía, pero para “nosotros, los carpinteros, suele ser así. Construimos cosas que están ocultas”. El tejado estaba casi terminado; la gran inauguración, en diciembre, se acercaba. Entonces, al igual que la obra de sus predecesores medievales, su logro quedaría sellado en la oscuridad, quizá para permanecer así durante otros 850 años. ❧

JOSHUA HAMMER es colaborador de GQ.

Traducción y adaptación: **VÍCTOR M. GONZÁLEZ**.

POR
DANIEL BORRÁS

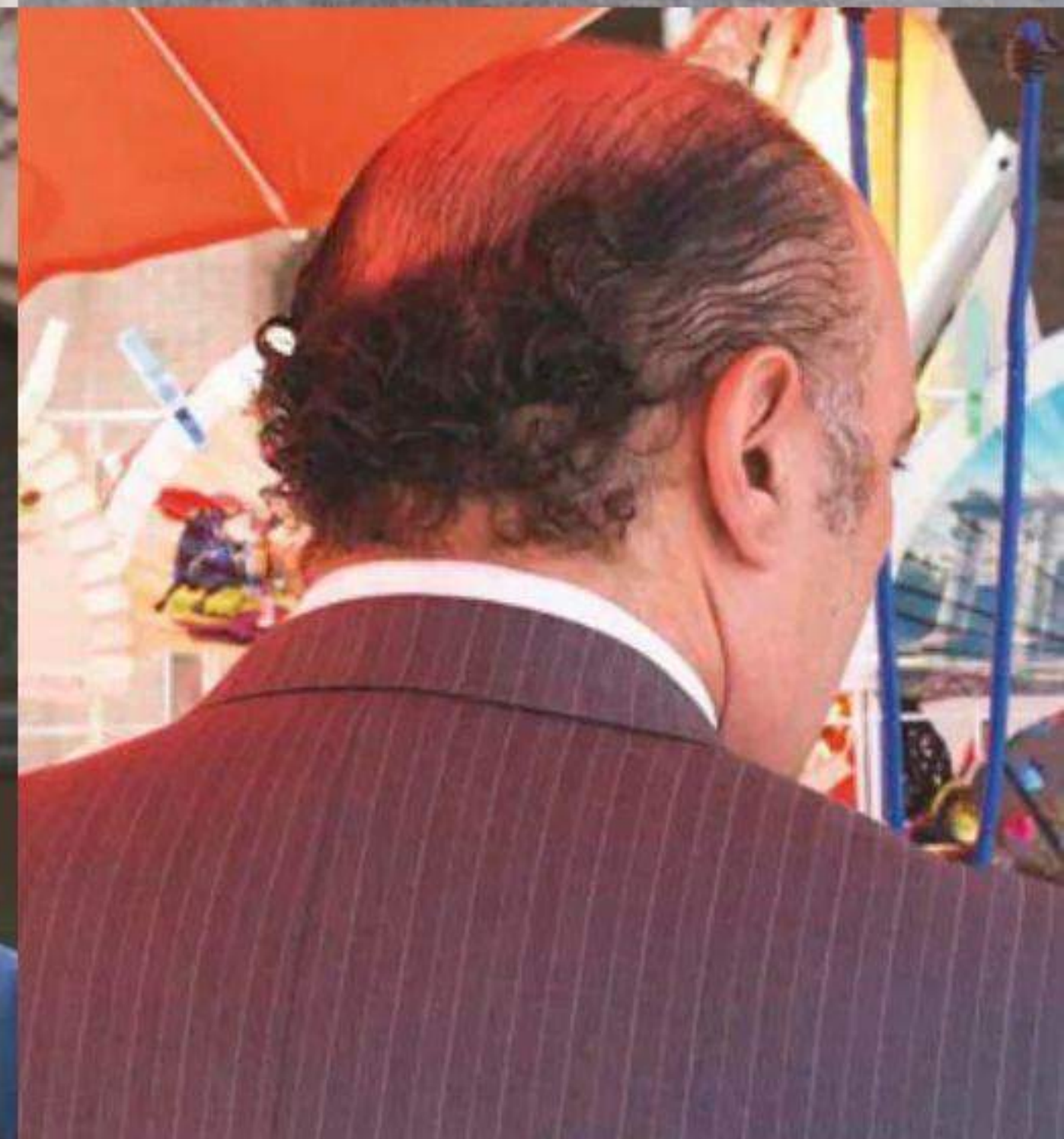
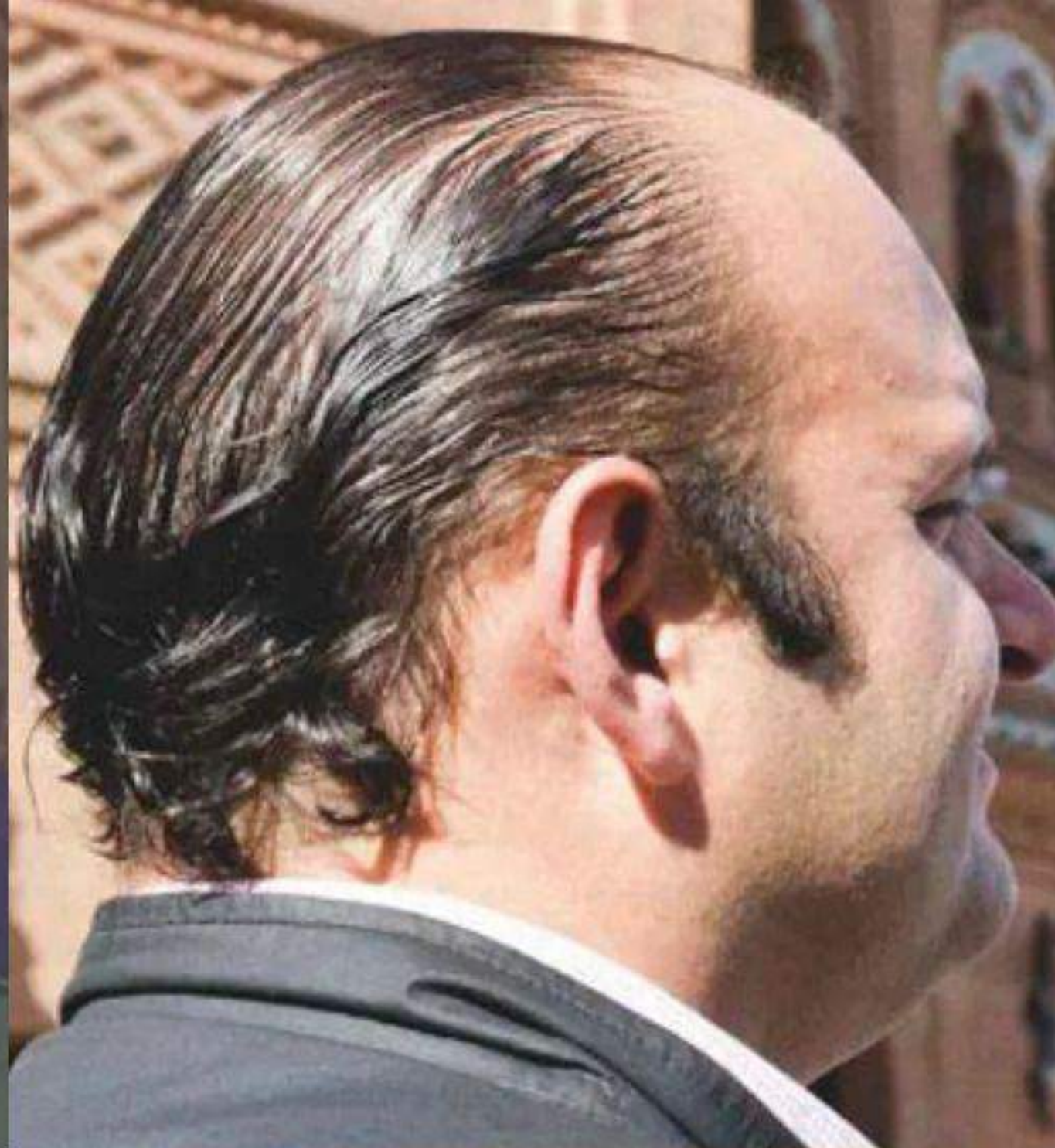
FOTOGRAFÍAS
FELIPE HERNÁNDEZ
Y SILVIA DE LA ROSA

DIRECCIÓN DE ARTE
FER VALLESPÍN

La periodista
Raquel Peláez
elabora el bestiario
definitivo de
los pijos
en *Quiero y no
puedo*,
un libro que nos pone
frente al espejo
para concluir que,
en el fondo,
ser pijo no es
cuestión de dinero,
sino de actitud.

DISEÑO DE PRODUCCIÓN
ELENA CALVO
CRISTINA GONZÁLEZ
JUAN VELÁZQUEZ
JUANMA VALLESPÍN
LYNN LLANES







EN EL CURSO Básico de Actualización de la Dirección General de la Policía (versión de 1995) se habla de los pijos como “clase acomodada en su origen, hoy en casi todas las capas sociales por imitación”, y como personas “moderadas, que no se enfrentan a la policía” ni siquiera cuando van en grupo. Se les trata, resumiendo mucho, como una tribu urbana más, quizá inofensiva, pero definida y cohesionada que puede diferenciarse claramente del resto. *Punks, mods, rockers...* y añade pijos a la lista de básicos. Por supuesto la policía se equivoca (otra vez) y la realidad es mucho más compleja.

La periodista Raquel Peláez (Ponferrada, 1978) no tiene miedo al caos que supone definir el concepto y publica *Quiero y no puedo* (Blackie Books, 2024), un libro que sirve como radiografía exacta del pijo en España. “Es muy difícil acotar el término. Cuando comencé a hablar del libro, la gente me decía: ‘Yo conozco muy bien a esa gente’, y yo contestaba: ‘Pero ¿a quién? Porque para cada uno de nosotros es una cosa. Yo lo relaciono mucho con la posibilidad de ser capaz de reproducir los símbolos de la gente acomodada, seas o no adinerado, y esos símbolos no son siempre los mismos, dependen de las modas, el sistema social...’. No hay, pues, un solo tipo de pijo.

La definición tal y como la entendemos hoy en día “aparece en los 80, pero el concepto de clase aspiracional viene de más atrás, por eso me remonté incluso al nacimiento del capitalismo en España”. Para la generación de quien escribe, los pijos se dibujan como un *sketch* de Martes y Trece donde un par de caricaturas de niños burgueses hablan de ir a Baqueira a esquiar. Para la generación de hoy quizá todos sean ‘Cayetanos’ (el término que acuñaran los Carolina Durante en una de sus canciones más conocidas) con patillas y el mismo flequillo cincelado. Pero Peláez va más allá y en el libro se retrata desde Alfonso XIII a Marisol, pasando por los Hombres G, Don Algodón, la izquierda divina de Barcelona —ojo al giro de guion— o una seminal Eugenia de Montijo.

“Es que en España”, matiza la autora, “el concepto es muy único. Quizá fuera de aquí lo que se entienda mejor sea el concepto de *preppy*, la gente pija de la preparatoria americana, todo eso de las siete mejores universidades..., pero es solo una parte de nuestros pijos, un tipo, quizá más de los 90, que se crea cuando aparecen las marcas de moda que imitan ese estilo de familia blanca bien. Para nosotros eso es una parte pequeñísima del imaginario, tenemos un *pantonario* de pijos muy *heavy*”.

La clave de esta evolución histórica pasa mucho por un par de ideas muy claras con las que Peláez trata de articular este bestiario. Por un lado, el concepto de imitación. “Hay una parte de nuestra

historia, antes de los años 80, lo que yo llamo la época galdosiana, donde había un sistema de clases de ricos y pobres muy definido, con estos intentando imitar un poco los tics de los primeros, pero sin conseguirlo. Estos no son estrictamente pijos. En los 80, con la clase media y la sociedad de consumo, ya aparecieron mecanismos para imitar esa imagen de adinerados y un manual simbólico para hacerlo”. Por eso, cuenta la autora, “hay un punto patético” en este concepto de pijo.

La segunda idea, y aunque el dinero está presente en todas las páginas del libro, tiene que ver con una realidad que va más allá de la riqueza entendida como billetes. Porque, por ejemplo, nadie diría que la ropa que define a los pijos sea necesariamente carísima o aspiracional. “Es cierto. Pero no les identifica necesariamente la ropa cara porque hay tres capitales: el patrimonial, el social y el cultural, y cada pijo asume uno o usa uno para expresar su forma de entender el mundo. El del capital cultural, por ejemplo, sería el pijo de la *rive gauche* de los 70 en Barcelona. Eso sigue pasando ahora, muchos dicen: ‘Formo parte del círculo de *nosequién* (ponga aquí su apellido compuesto) para indicar quién es, en lugar de decirlo a través de la ostentación económica”.

Sea como sea, el fenómeno del pijo nos crea una extraña fascinación, como mear en la ducha, como lavarse la lengua con el cepillo de dientes. Un placer culpable, un interés sociológico un poco perverso. “Los pijos generan esa sensación de interés, pero al mismo tiempo de rechazo”, continúa Peláez, y quizá esa sensación tenga mucho que ver con la evolución histórica de sus protagonistas. “Con la llegada de los 90 y la comercialización de esa idea de ‘tribus urbanas’, nadie quería parecerse a los pijos porque su idea de imitación era un poco chiste, pero hoy todo ha cambiado mucho”. ¿Estamos entonces ante la era del pijo orgulloso? “Tengo la sensación”, dice la autora, “de que el pijo arquetipo, cliché, empezó siendo ridículo y denostado (la primera definición de la RAE es despectiva, de hecho), pero en 2024 la noción del pijo es algo que mucha gente acepta encantadísima, le produce incluso cierto orgullo. El grupo de música Taburete sería el punto de inflexión, con Willy Bárcenas haciendo una reivindicación frontal de su padre y un montón de jóvenes apoyándole entre el público”. La banda tenía incluso, recuerda Peláez, el llamado ‘Comando pijos a muerte’, un grupo de fans que la prensa llegó a documentar en su momento.

Este pijo actual sería como un “decantado de todo lo pijo de los últimos 100 años”. Casi como si todos los Vengadores se fusionaran en el superhéroe definitivo. El Cayetano es “la superposición de todo este imaginario: desde los pantalones apretados de colores que remiten a las mallas de Fernando VII al jersey anudado al cuello de Kennedy, pasando, por supuesto, por la posmodernidad actual, con fenómenos musicales como Hakuna o Íñigo Quintero. Los tópicos son supergeneracionales, pero la gente joven en 2024 asocia a los pijos con el cigarrillo electrónico, o con que hablen con la boquita cerrada, por ejemplo”. Son, además, pijos “autoconscientes”, personas que usan estos símbolos con intención.

Decía Tai en *Fuera de onda* (película pija por excelencia si tiramos de cliché): “Si soy demasiado buena para él, ¿entonces por qué no estoy con él?”. Si los pijos fueran la leche, todos querríamos ser como ellos. Y sí, de acuerdo, quizá no queramos, “pero recordad siempre que nosotros podemos ser los pijos de otros”, avisa Peláez. El pijo ya no es solo rico y de derechas, ni mucho menos. “La sociedad actual está acostumbrada a un nivel de bienestar tal que creo que todos somos bastante pijos. Nuestro propio debate de quién es más pijo que el otro da mucha vergüenza ajena. Obviamente existe una sociedad de clases y la diferencia entre quien tiene o no tiene es alta..., pero ya comenzamos a señalarnos los unos a los otros”. Y solo puede quedar uno. El pijo más pijo que el resto, quizá material para una segunda parte. ❧

DANIEL BORRÁS es Head of Editorial Content de GQ España.



M Á S T E R VOGUE

Dirección de Empresas de Moda y Belleza

Amplía tu horizonte profesional con un perfil especializado en el área que más te gusta, **la moda.**



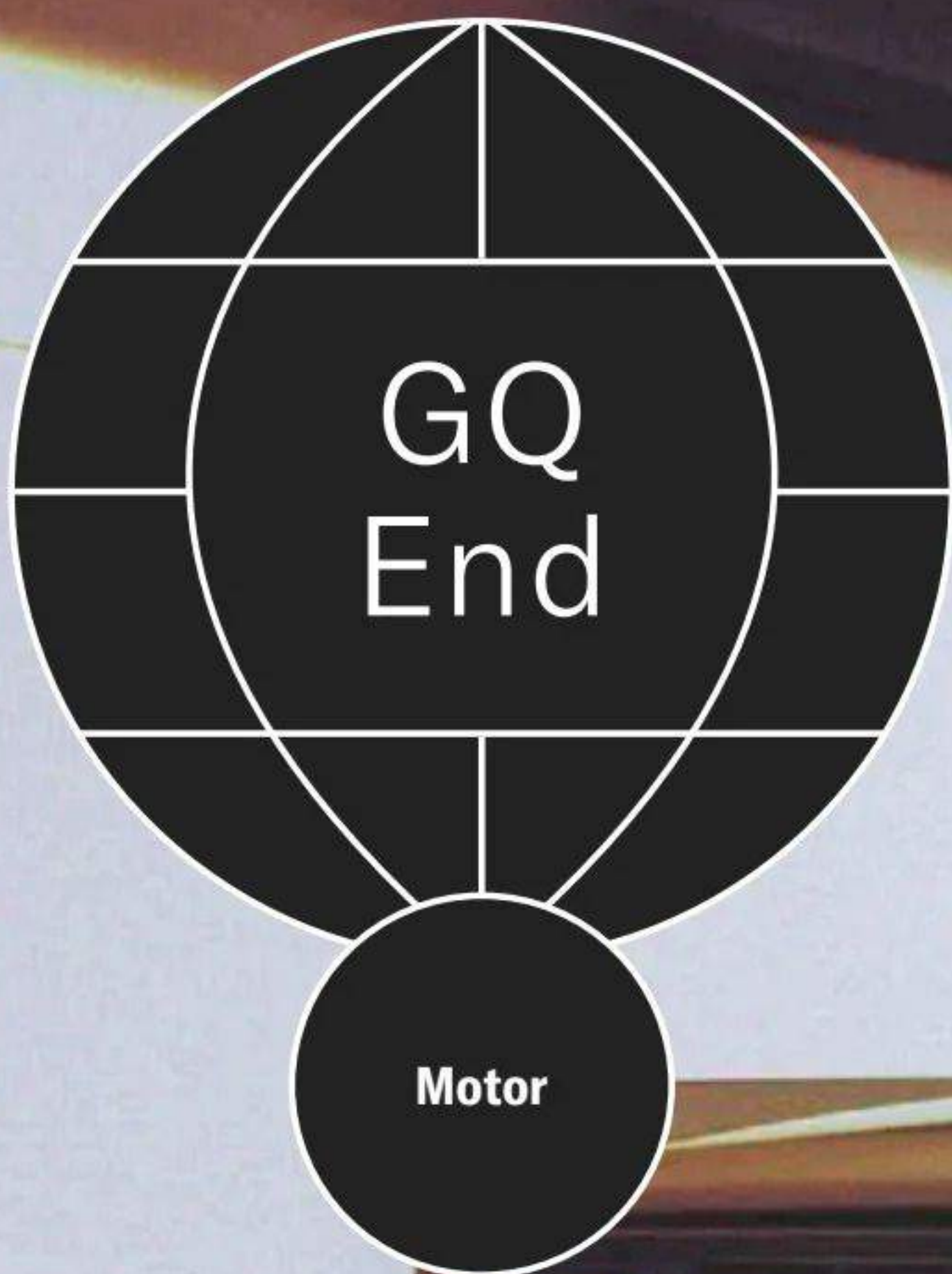
Fotografía Anya Holdstock. Modelo Vanessa Axente (Viva Model Barcelona)

Accede con Vogue al universo privilegiado de las empresas de moda y belleza, junto a la prestigiosa Universidad Carlos III de Madrid, y los profesionales de las marcas más importantes del sector.

Formación especializada e innovadora que combina teoría y (mucho) práctica.

Programa presencial - Fundamentos teóricos - Master Classes - Talleres y workshops - Visitas a empresas
Prácticas garantizadas en el sector - Apoyo en la carrera profesional

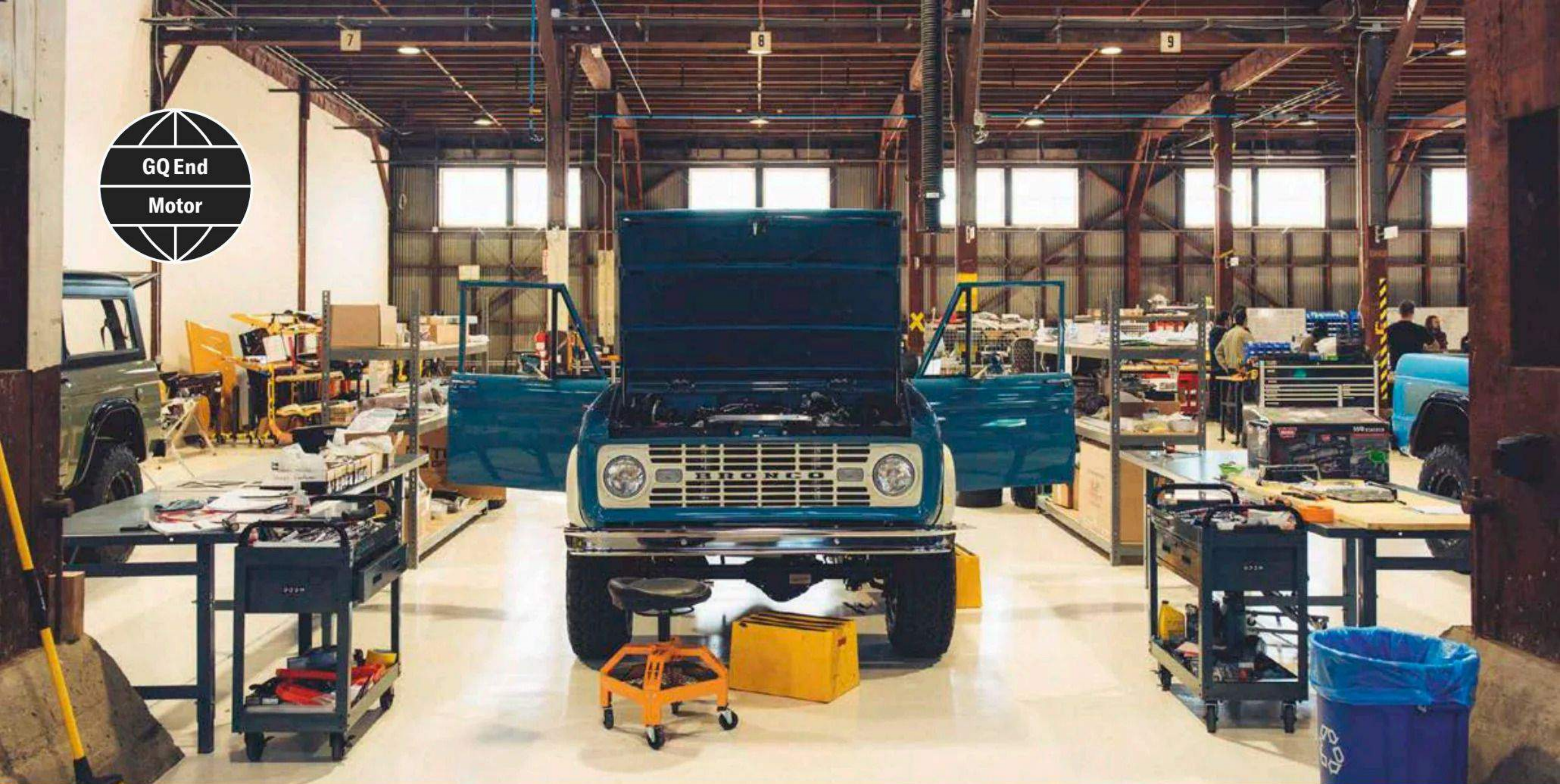
Máster de Formación Permanente en Dirección de Empresas de Moda y Belleza UC3M-VOGUE



El producto estrella de Kindred Motorworks: un Bronco antiguo remodelado con comodidades modernas.

Tu primer coche eléctrico puede ser un viejo Ford Bronco

En un antiguo astillero a las afueras de San Francisco, una empresa emergente está produciendo los coches del próximo siglo —pero no del tipo que piensas—. Por ROSECRANS BALDWIN



LOS COCHES antiguos son bonitos, pero no son funcionales”, me cuenta Rob Howard. “La gente no quiere admitirlo, pero son un fastidio. Y suele buscar razones para no conducirlos”. Howard no es ajeno a los encantos de estos automóviles, desde luego: posee una pequeña colección de coches con los que juega, entre ellos una ranchera Chevy Bel Air de 1957 y un Toyota Land Cruiser del 88. Pero para ir y volver del trabajo, reconoce, conduce una furgoneta eléctrica Rivian R1T. Es más práctica.

Charlamos en su oficina, no lejos de San Francisco, rodeados de preciosos coches antiguos a la espera de ser convertidos en vehículos funcionales. Howard es el fundador y CEO de Kindred Motorworks, una empresa pequeña, pero en expansión, que se dedica al negocio del *restomodding*, que podríamos traducir como restomodificación o restomodernización. Esto es, la remodelación de coches clásicos para hacerlos más resistentes, más aptos para el día a día, con nuevos motores y modernos dispositivos de seguridad. Y en el caso de Kindred, añaden la opción de incorporar motores eléctricos recargables alimentados por baterías. La tendencia no es exactamente nueva, pero se ha disparado en los dos últimos años, cuando la tecnología eléctrica se ha puesto a disposición de aficionados y talleres. Ahora es posible transformar un viejo devorador de gasolina en un coche eléctrico sin quedarte pegado en el enchufe. El atractivo es obvio: hay muchas personas, pero especialmente las que tienen dinero y

buen gusto, que quieren presumir de automóvil clásico y llamativo por la ciudad. Al mismo tiempo, muchas de esas mismas personas están cada vez más abiertas a los eléctricos. Y así ha surgido un pequeño grupo de empresas que convierten desde un viejo Porsche 911 hasta un microbús VW de época en un automóvil que puedes cargar durante la noche.

El *restomodding* no es tan exuberante como la restauración más purista —la que vemos en esas exposiciones de automóviles conocidas como *concours d’elegance*, donde el objetivo es mostrar piezas clásicas como si acabaran de salir de fábrica, en perfecto estado y con piezas originales—, pero dotar a un coche antiguo de dirección asistida y aire acondicionado modernos, y de un sistema estéreo Bluetooth, por no hablar de una cadena cinemática eléctrica, no es precisamente asequible. Este año, la empresa FJ Company, de Florida, me enamoró con uno de sus Land Cruiser reacondicionados (precio de venta al público: 266.800 dólares, unos 241.000 euros). En Reino Unido, Evertati te hace eléctrico un viejo Porsche a partir de 240.000 libras, casi 285.000 euros. Zelectric, en San Diego, que tiene una lista de espera de dos años, puede equipar un Karmann Ghia de 1969 con frenos de disco, luces LED y baterías Tesla (además de incorporar los 120 caballos de potencia). Kindred, por su parte, se ha centrado en el humilde Ford Bronco.

Hasta ahora, los clientes de los *restomods* eléctricos son más o menos quienes cabría pensar: Robert Downey Jr. dedicó una serie de televisión, *Downey’s Dream Cars*, a su proyecto

de “hacer verde” su colección de coches antiguos. Julia Roberts, según me contó un representante de Kindred, ha encargado uno de sus microbuses VW eléctricos. Y, sí, uno de los Broncos eléctricos de Kindred cuesta más de 200.000 dólares (más de 180.000 euros). “Es un bien de lujo”, asegura Howard. “No nos sentimos culpables, porque hay mucha artesanía implicada en ello. Es un vehículo muy exclusivo”.

En el momento de mi visita, la empresa producía cuatro Broncos al mes, aunque, según Howard, la cifra pronto ascendería a diez. En cualquier caso, ya habían vendido todo lo que pueden producir hasta 2025. Pero Howard me sorprendió de verdad cuando me dijo que planeaba limitar la producción de Broncos eléctricos a 100 vehículos al año, no por escasez, explicó, sino porque los Broncos no son el único coche de interés.

En el exterior de su oficina descansaban vehículos relucientes que habían sido remodelados con motores nuevos y piezas modernas: varios Broncos, pero también una furgoneta Chevy 3100 de 1953 (de las que parecen creadas para carreras de aceleración) y un microbús Volkswagen de 1958 eléctrico (de los que parecen creados para hacer ‘submarinos’). El plan, según compartió Howard, era habilitar pronto tres líneas de producción que funcionarán al mismo tiempo: una para Broncos eléctricos y otra para Broncos de combustión interna (habían recibido tantos pedidos anticipados para eléctricos como para gasolina), además de una para VW eléctricos. Y si funcionaba, la demanda se mantenía estable y

El paraíso de los frikis de los coches: el taller de Kindred, con un Bronco de época a medio restaurar.

eran capaces de vender 100 versiones de cada modelo al año, entonces se expandirían y harían lo mismo con otros modelos antiguos: reacondicionar, modernizar y hacer eléctricos, todo a un ritmo cada vez mayor.

El cuartel general de Kindred es básicamente una gigantesca juguetería para frikis de los coches. La fábrica y los aparcamientos están repletos de vehículos en todos los estados posibles: ruina total, reparación gradual y reluciente perfección. Me planté allí la pasada primavera porque me preguntaba cómo una empresa joven y modesta, que aplica discretamente los conocimientos de Silicon Valley a la restauración de coches antiguos, se las ha ingeniado para adelantar a Ford en el mercado con una versión totalmente eléctrica de uno de sus vehículos más queridos. Pero me fui dándole vueltas a algo mucho más importante: si Kindred sería capaz de devolver algo de *sex-appeal* a las carreteras americanas.

CUANDO ERA pequeño, el coche que mi padre conducía a diario era un BMW Serie 3, y luego un Saab 9000. A lo largo de los años, también compró y trabajó en un Ford Thunderbird de 1964 de color azul, un Buick Gran Sport descapotable de 1972 de color rojo cardinal y un Mercedes-Benz 280 SL de 1970 de color verde musgo. Su primer proyecto fue un Fordor de 1947, verde oscuro, heredado de mi abuelo, que lo adquirió nuevo y le pintó rayas naranjas en los laterales para encontrarlo más fácilmente en los aparcamientos.

A pesar de las marcas de cebra, recuerdo que me creía muy sofisticado cuando conducía ese coche de adolescente, apretando los dientes mientras movía la palanca de cambios montada en la columna de dirección para recoger a mi novia del instituto. Pero ese coche, al igual que el resto de la colección de mi padre, no se usaba mucho. Sobre todo envejecía en el garaje. Se averiaba. Pedía reparaciones caras. En conjunto, sus coches eran un sumidero financiero que finalmente llevaron a mi padre a abandonar por completo la afición y a empezar a alquilar Volvos. Aun así, eran una pasada de bonitos.

Cuando compras un coche moderno, tienes que hacer un compromiso similar al de mi padre. Conduzcas donde conduzcas, quedarás absorbido por la banalidad: prácticamente todos los coches tienen el mismo aspecto, y es un aspecto aburrido, pedestre, de encefalograma plano. Ignora las insignias, quítate las gafas y a ver si puedes distinguir a 20 pasos entre un Porsche Cayenne y un Audi Q5, o entre un Nissan Rogue y un Kia Sorento. Incluso los nombres suenan a la vez

aspiracionales y anodinos: Telluride, Sierra, Sequoia... Los anuncios publicitarios de estos vehículos proponen que todos soñamos con huir de nuestra rutina asfixiante rumbo a la naturaleza, pero la realidad es como si pilotáramos tostadoras de camino al partido con los amigos.

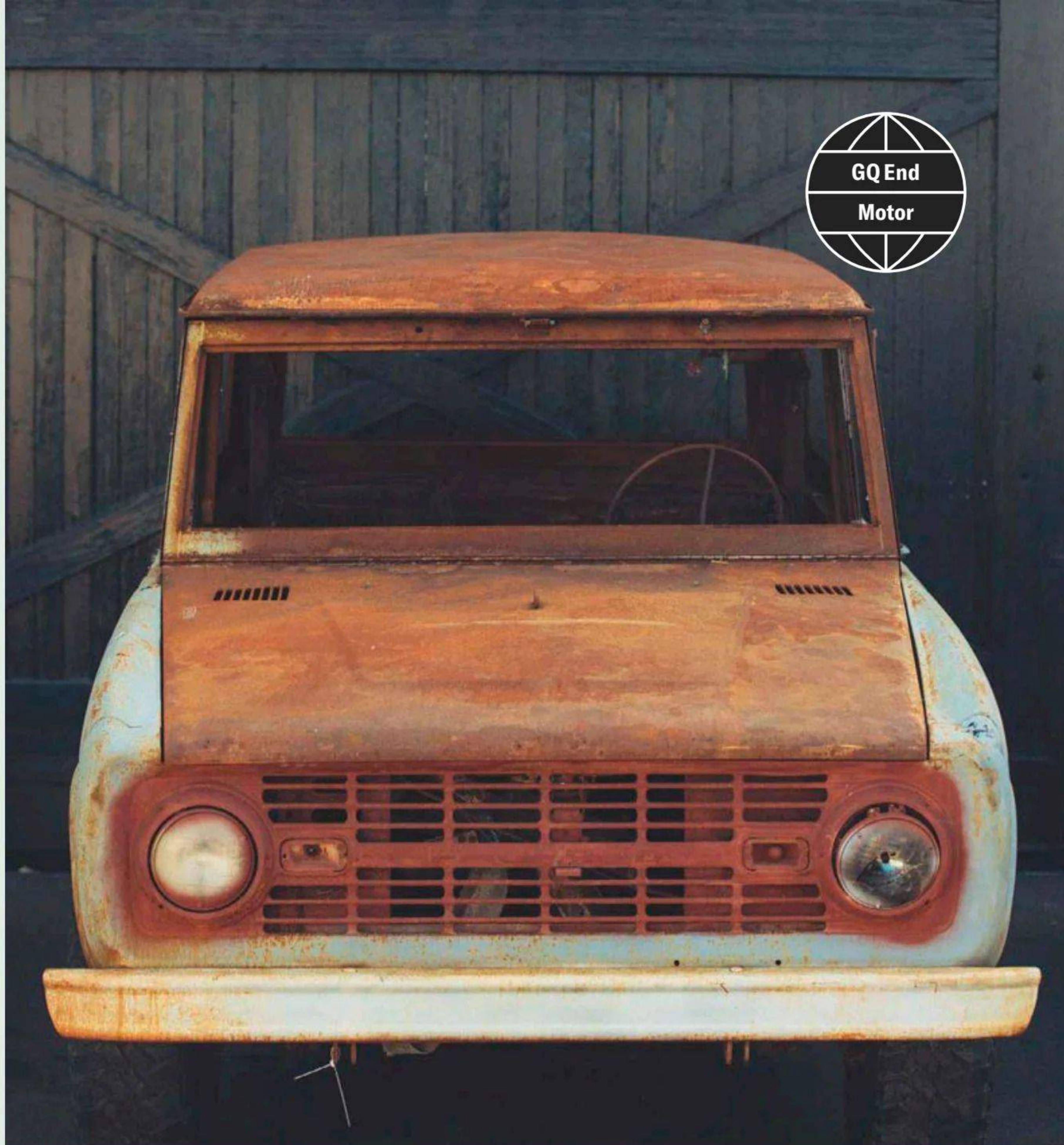
Es cierto que en el mundo de los vehículos eléctricos, en constante evolución, no todo es tan monótono. Vivo en Los Ángeles, donde las calles se ven amenazadas últimamente por multitud de Cybertrucks de Tesla, habitualmente acabados en negro mate. Complejo de macho alfa o no, al menos tienen un aspecto único (cuando piensas en un Cybertruck, ¿alguna vez te imaginas a una mujer al volante? Si es así, ¿será feliz?). Pero el resto de la línea de Elon Musk se inclina hacia la mediocridad en cuanto a diseño, y lo mismo para los Lucid y los Rivian. Aun así, se habla mucho sobre el bache que está atravesando Tesla. Rivian se

ha enfrentado a oleadas de despidos este año. Ford comunicó pérdidas de 1.300 millones de dólares por la venta de 10.000 vehículos eléctricos en los tres primeros meses de 2024. Howard, CEO de Kindred, quiere ofrecernos lo mejor de ambos mundo: la voluptuosidad del ayer combinada con los requisitos ecológicos y el rendimiento en carretera que necesitaremos mañana, si no hoy.

Howard no hizo su incursión en el negocio de rejuvenecer coches viejos por el camino habitual (aprendiendo el trabajo en un taller). Su historia tiene más de fundador tecnológico que de *Fast N' Loud*: Howard, un antiguo ingeniero medioambiental de Pensilvania, fundó y vendió dos empresas en California (una firma de operaciones de fabricación y cadena de suministro y una compañía de *software* que desarrolló una plataforma para entregas en el mismo día) antes de poner en marcha Kindred. En 2017 vendió la

Un Bronco oxidado en el desguace de Kindred, donde se desmontan los coches antes de reequiparlos.

“Yo lo llamo máquina de sonrisas”, dice el CEO de Kindred sobre su microbús VW eléctrico: “Y supera los 100 en autopista, sin problemas”





empresa de *software* a Target, pero se quedó para aprender los entresijos del negocio minorista. Al mismo tiempo, se dedicaba por las noches a sus coches antiguos, sobre todo porque le gustaba girar llaves inglesas y trabajar con las manos.

Con el tiempo, Howard se dio cuenta de que había acumulado una extraña cartera de habilidades: conocimientos sobre la cadena de suministro, experiencia en *software* y la destreza de Target en el comercio minorista, por no hablar de unos cuantos colegas que le habían seguido de una empresa a otra. Una idea para una nueva compañía, basada en su afición por los coches antiguos, empezó a cuajar en su mente.

Históricamente, el *restomodding* era un negocio a medida: se dedicaba mucho tiempo y atención a soluciones específicas para coches concretos. ¿Y si intentara hacer lo que un taller de reparaciones no puede? En lugar de dedicarse a proyectos únicos, intentaría modernizar y vender muchos automóviles como productos de lujo, pero con un precio inferior al medio millón de dólares. Si se lanzaba, razonó, tendría sentido hacerlo en el ámbito que conocía tan bien: en su caso, el círculo tecnológico de la Bay Area, con las ventajas laborales habituales de Silicon Valley, como acciones para los empleados y almuerzo gratuito. La idea era que tal vez hubiera una puerta al mundo del automóvil por la que nadie hubiera intentado entrar antes.

LA SEDE DE Kindred se encuentra en lo que básicamente es un enorme granero situado en lo alto de un extraño pedazo de la historia de la Bay Area: Mare Island (técnicamente una península), una masa de tierra de unos cinco kilómetros de largo y uno de ancho que se adentra en la bahía de San Pablo. Antiguamente albergaba un astillero naval, hasta que el gobierno lo cerró

en la década de 1990. Hoy la zona tiene un aire fantasmagórico: hermosos edificios federales y casas victorianas vacías, con letreros descoloridos y pintura descascarillada. Pero otras estructuras están recién pintadas, en algunos casos reequipadas por nuevas empresas como Kindred, que adquirió su espacio en marzo de 2023. “Hace un año y medio, no había paredes ni nada, solo suelo de tierra”, me contó uno de los ejecutivos de la compañía, mostrándome lo que ahora es una moderna fábrica de coches.

De hecho, el espacio parece una planta de producción de coches en miniatura, o un fabricante italiano de los años 60. Los distintos departamentos ocupan naves distribuidas en una planta diáfana: fabricación, tapicería, cabinas de pintura... No hay robots gigantes. Todo se hace a mano; su jefe de tapicería me enseñó cómo se cosen las fundas de los asientos. Los empleados desmontaban viejas carrocerías, soldaban bastidores, hacían cosas de ejes con herramientas para ejes (sé cambiar mi propio aceite, pero hasta ahí llegan mis conocimientos de mecánica de automóviles)... Aun así, me dejaron ayudar a montar un salpicadero de un Bronco en construcción, para hacerme una idea de cómo sería encargar uno para mí: los clientes de Kindred suelen visitar la fábrica y se pasan horas participando en las tareas de remodelación.

La empresa está poblada de verdaderos creyentes. Antes de recalar en Kindred, Jesse Thomas, uno de los técnicos, estuvo seis años trabajando en la fábrica de Tesla en Fremont, California. Para llegar a las oficinas de Kindred tiene que hacer un viaje de ida y vuelta de tres a cuatro horas, me contó, pero no le importa; el trabajo le parece más significativo. Le encanta que los coches se trabajen a mano, a medida, prácticamente de forma artesanal. También

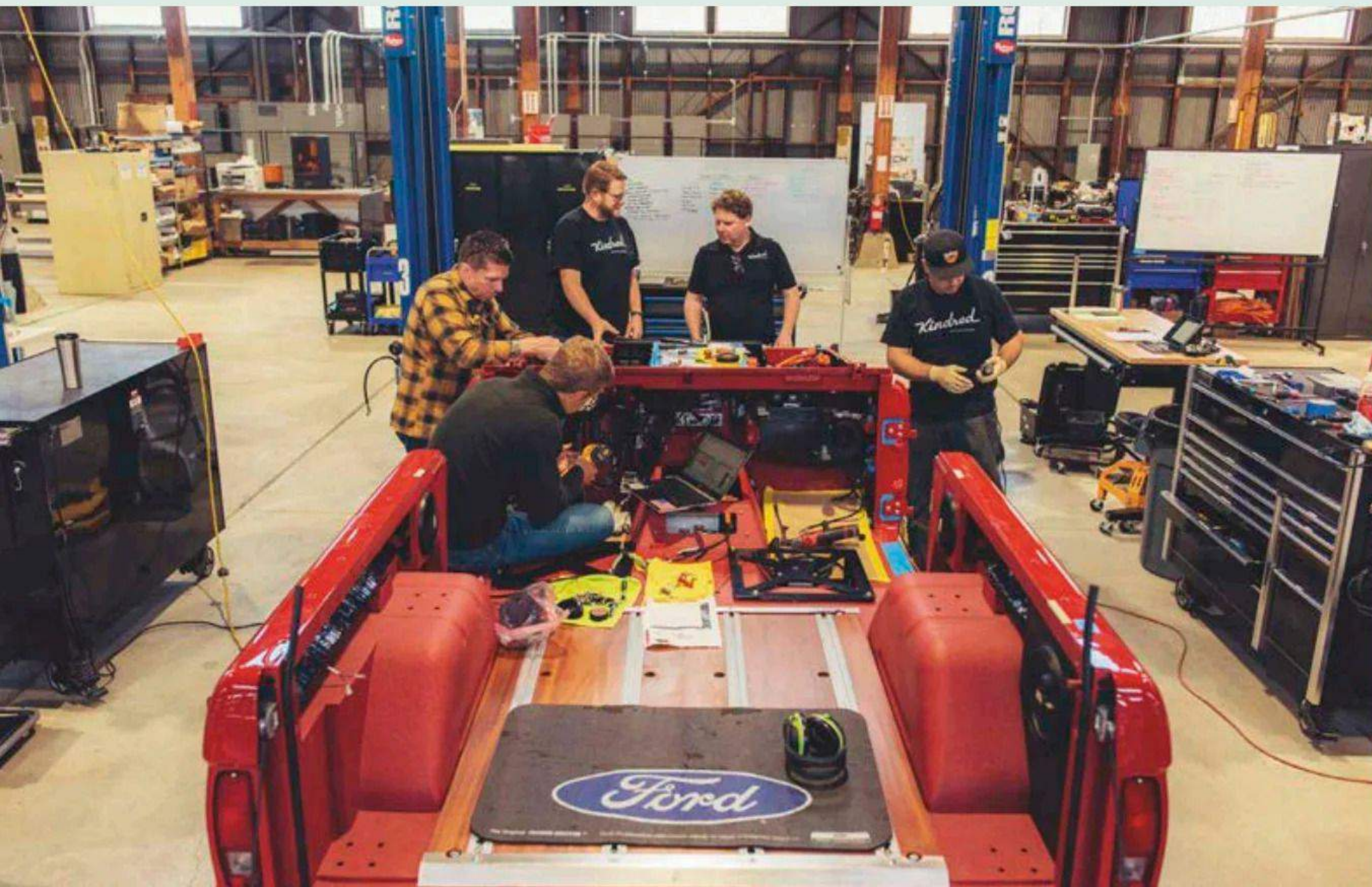
porque, aunque hay una sensación de urgencia en la planta, no hay emergencias. “Es mucho más gratificante”, asegura Thomas.

Por supuesto, la compañía aún no ha alcanzado la magnitud de los fabricantes a gran escala. Pero no parece probable que Kindred se vaya a enfrentar a un problema que productores de vehículos eléctricos como Tesla y Rivian sufrieron inicialmente, y con el que han tenido que bregar en ocasiones: la necesidad de innovar con cada una de las partes de sus diseños. Esas empresas se han lanzado a la tarea de crear, literalmente, automóviles que nadie ha visto antes. Además, también han tenido que lidiar con los entresijos de la fabricación moderna de vehículos: cálculos de resistencia, pruebas de choque, etc. “Somos exactamente lo contrario”, reflexiona Howard. “Somos artesanos. Nos motiva el trabajo manual. Nuestro objetivo es utilizar piezas existentes e integrarlas, y eso cambia radicalmente nuestra investigación y desarrollo”.

Howard me mostró a qué se refería en una de las *tablets* omnipresentes en la fábrica. Contenía un manual de instrucciones electrónico, que se actualiza constantemente con fotos y consejos, en el que se describen todos y cada uno de los pasos que Kindred desarrolla para desmontar y montar cada coche a la perfección (en el caso de algunos Broncos, las instrucciones incluyen 5.000 pasos). Esto permite, según me explicó Howard, que los trabajadores altamente cualificados, aunque no necesariamente técnicos expertos, pueden coger una *tablet* y construir un coche más o menos solos, sin electrocutarse. En cierto modo, suena a algo que la Casa Blanca ha estado tratando de poner en práctica —en un país de fantasía o no— para que la economía vuelva a funcionar: puestos de trabajo que no requieren un título universitario para producir cosas increíbles. Y quizá el tamaño de Kindred y la modesta escala de sus ambiciones —cientos de coches al año, no miles— le brinden más posibilidades de éxito. “Las nuevas empresas de vehículos eléctricos invierten miles de millones en sacar un nuevo modelo al mercado”, me escribió Howard más tarde a través de correo electrónico. Volver a la artesanía “desbloquea nuestra capacidad de progresar rápidamente”.

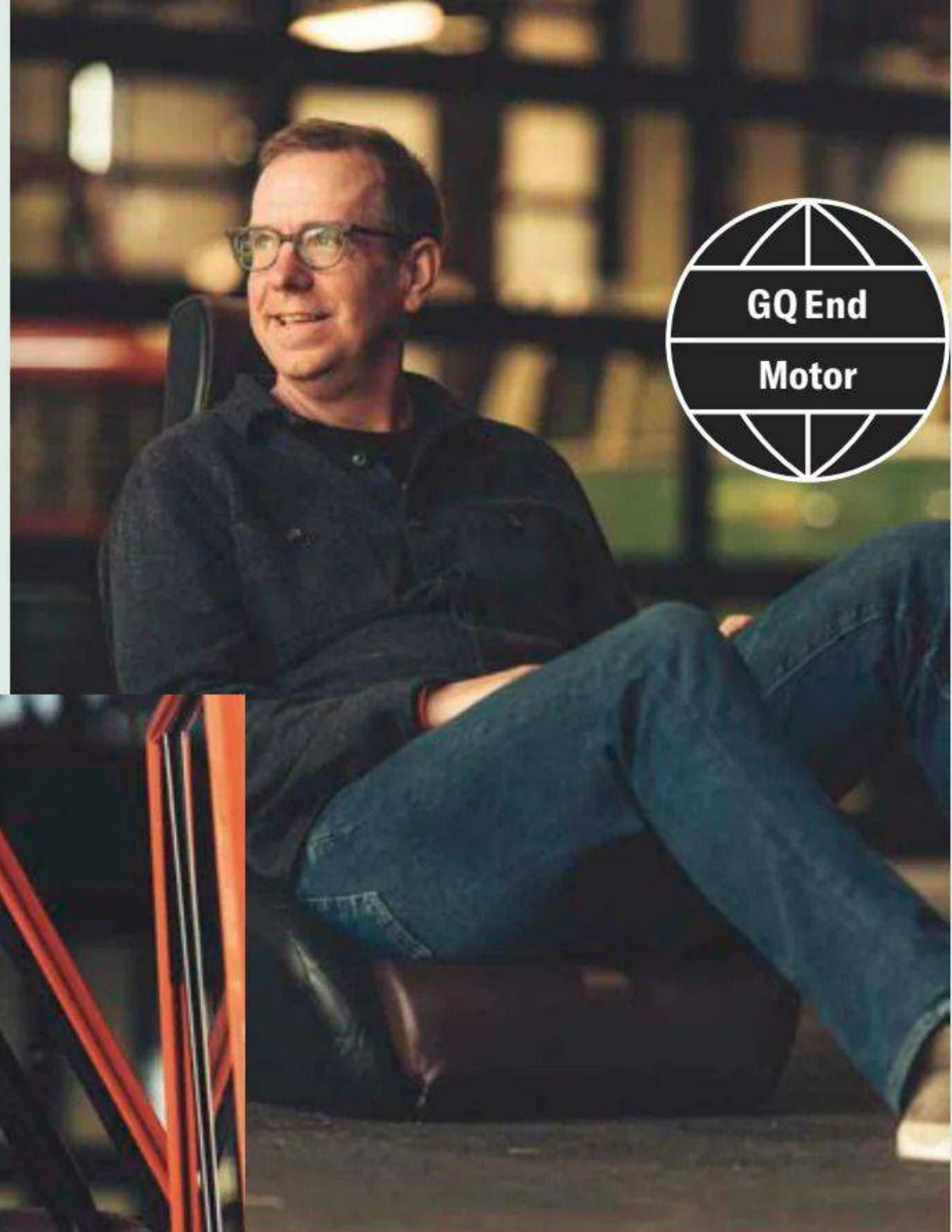
Kindred entregó su primer Bronco reacondicionado en noviembre de 2023. El tercer cliente, Dan Clark, un empresario de Filadelfia, recibió el suyo en enero de 2024, y desde entonces ha recorrido más de 4.300 kilómetros. Me contó que fue una compra motivada

Kindred ha agotado su producción de vehículos prevista hasta 2025.





Miembros del equipo de Kindred: de izquierda a derecha, Seth Friesen, director de investigación y desarrollo, Skyler Brand, director técnico, y Rob Howard, fundador y CEO.



por la nostalgia; su coche del instituto era un Bronco de 1996. Pero cuando su Kindred apareció en la entrada de su casa, recuerda, el sentimiento de cariño dio paso a la admiración por la ingeniería. “El producto me dejó boquiabierto”, añade. “Eso es difícil hoy en día, cuando ves todos los coches que hay”.



ASÍ QUE SOLO quedaba una pregunta: ¿cómo es conducir un Kindred? Me estrené con un microbús Volkswagen de 1958 remodelado (desde 225.000 dólares, unos 200.000 euros). Pintado de color verde espuma, estaba actualizado con una suspensión trasera mejorada, neumáticos modernos y motor eléctrico. Era el mismo modelo que había conquistado a Julia Roberts, y descubrí por qué: al conducirlo, el trayecto es cómodo, rápido y divertido. La gente sonreía al ver el vehículo desfilarse silenciosamente. “Yo lo llamo máquina de sonrisas”, admitió Howard. “Y supera los 100 en autopista, sin problemas”.

Después probé los Broncos, que esperaba que fueran animales diferentes. Mi recuerdo de montar en un viejo Bronco era que daba bastante miedo a alta velocidad. Primero conduje el modelo de gasolina de Kindred, con un chasis de 1972. Todo en él era precioso y nuevo, desde la rica tapicería hasta los indicadores que parecían hechos a mano. Y en la carretera, el nuevo motor, un Ford Coyote 5.0 V8 de tercera generación y 460 CV, rugió cuando aceleré, un sonido que me transportó irremediablemente al pasado. A mayor velocidad, no obstante, sentí la furgoneta sorprendentemente estable, incluso en

las curvas, a pesar de la altura y la corta distancia entre ejes.

Pero remodelar un viejo Bronco con un nuevo motor de combustión interna, por muy divertido que sea conducirlo, no es el futuro que necesitamos; los eléctricos, sí. Y dado que la Casa Blanca sigue empeñada en avivar la guerra comercial con China, donde cada semana aparecen nuevos modelos de vehículos eléctricos, yo quería probar alguna innovación estadounidense, aunque se saliera de mi presupuesto. El equipo de Kindred me prestó su prototipo de vehículo eléctrico, construido sobre una carrocería de 1968. Y enseguida me di cuenta de que la conducción era la típica de los eléctricos: silenciosa, sencilla y sin esfuerzo. Se

conducía igual que el Bronco de gasolina, pero... mejor. Llegué a un semáforo antes de una recta. Quería

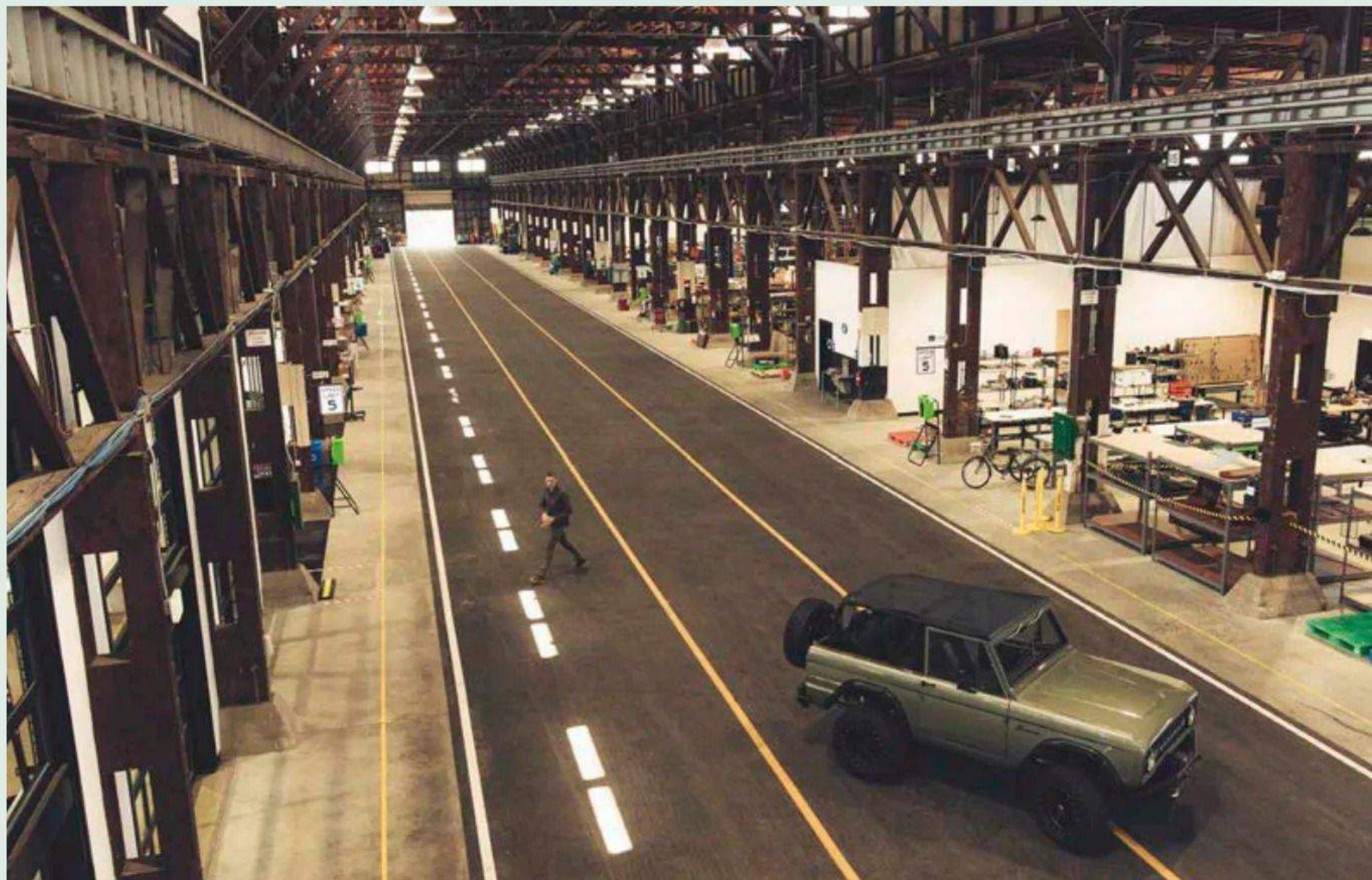
darle caña, pero había un policía justo detrás de mí. Pensé: a la mierda.

El semáforo se puso en verde y en un santiamén —un par de segundos— me puse a 110 km/h, sonriendo como un labrador. Momentos después me percaté de que el policía era de seguridad privada, pero aun así me sentí poderoso al salir pitando. Puede que Kindred no se haga con el control de la industria automovilística a corto plazo. No es esa su ambición. Pero el futuro al que apunta es prometedor. Para ellos y para los fieles de la conducción. ❧

ROSECRANS BALDWIN es colaborador habitual de **GQ**.

Traducción y adaptación: **VÍCTOR M. GONZÁLEZ**.

Un Bronco actualizado en la fábrica de Kindred.





¿EL FUTURO DE LA CARNE?

GQ

10.2024



Los mejores restaurantes londinenses apuestan por la carne de vacuno grasa y añejada de importación para crear platos de sabrosa contundencia. Con el primer ejemplar de Rubia Gallega natural del norte de España, pero nacida este verano en suelo británico, arranca un proyecto de décadas para potenciar la carne de vacuno local, deliciosa y sostenible.

Por
OLIVIA OVENDEN

Las
vacas
de

proximidad

A NEMANJA BORJANOVIĆ LE GUSTA SER EL PRIMERO. Pero en lo suyo, el sector cárnico, habrá de esperar un poco, pese a haber alcanzado ya el éxito: en junio nacieron dos Rubias Gallegas en su granja, las primeras vacas de raza foránea paridas en suelo británico desde las Wagyu, hace 15 años.

PASARÁN AL menos otros cinco años antes de que las terneras —importadas del norte de España como embriones fecundados, sometidos a pruebas, implantados en hembras y nacidas por cesárea— puedan consumirse. Pero para Borjanovic el largo plazo forma parte de su proyecto. “Empezar un nuevo rebaño desde cero lleva una eternidad”, cuenta. “Comenzando con estos dos ejemplares, tardaremos entre 10 y 15 años en comercializar la carne y servirla en un plato”.

Puede parecer mucho trabajo, pero la explicación se halla en el resultado final. En pleno renacimiento de la cocina vasca —gracias a chefs como Tomos Parry, quien rinde tributo a los sabores de la región en sus exitosos restaurantes londinenses Brat and Mountain—, la ternera gallega se ha puesto de moda entre chefs de culto y carniceros especializados. A través de su empresa Txuleta, Borjanovic suministra género a los locales de Parry y abastece de carne de Rubia Gallega procedente de España a restaurantes de alta gama como Chiltern Firehouse, Straker's y Goodman. En The Devonshire, en el Soho, un pub de Guinness con una extensa lista de chuletones en el menú y una lista de espera mucho más larga, las gigantes costillas de ternera británica añejada de Txuleta son populares centros de mesa. “La gente ha empezado a probar ternera vieja —vieja por la edad de la vaca, no por el tiempo de curación— y ha comprobado que tiene un sabor increíble”, apunta Charlie Carroll, cofundador de The Devonshire.

Las Rubias Gallegas viven mucho más tiempo que las terneras normales. En lugar de sacrificarlas al año o a los dos años, llegan hasta los 18. Todo ese tiempo extra de pasto da como resultado una carne con más vetas de grasa y un sabor muy intenso, casi excesivo. “Tienen que estar en las manos adecuadas”, puntualiza Carroll. “Que un animal sea viejo no significa que la carne sea buena. Por esa razón la mayor parte de la carne vieja en el Reino Unido se destina a hamburguesas”.

La carne que Txuleta suministra a The Devonshire no es de Rubia Gallega, sino de razas de vacuno

británicas de primera calidad difíciles de conseguir con una cantidad comparable de grasa. En 2012, Carroll también cofundó la cadena londinense de restaurantes de carne Flat Iron, tras adquirir una manada entera de vacas a un ganadero de tercera generación de Yorkshire para abastecer al restaurante. Al buscar proveedores para The Devonshire todos estos años después, dice que sigue siendo difícil encontrar carne de vacuno genuinamente buena producida en Gran Bretaña. Y ahí es donde entra Txuleta.

CUANDO UNA mañana de finales de julio, con el termómetro marcando los 32 °C, visito la granja de Borjanovic, a una hora al norte de Londres, las crías gallegas (bautizadas Gervaise y Winston por Isle, la hija de ocho años de Borjanovic) tienen un mes. Recorremos los pastos en un Land Rover Discovery, sentados en el maletero abierto, con las piernas colgando sobre la onluante hierba. Las crías, cuyo pelaje es del tono mate del helado de caramelo salado, pastan junto a sus madres, ambas vacas viejas de Speckled Park, totalmente ajenas a la gestación subrogada a lo *Jurassic Park* en la que se han visto envueltas. “Si vas a hacer una transferencia de embriones, lo ideal es hacerlo en una madre Rubia Gallega, porque su armazón es lo bastante grande para llevarlos”, dice Borjanovic, explicando que, tras las cesáreas, las crías pueden tener dificultades a la hora de engancharse a la madre. “Tenemos suerte de no haber tenido que lidiar con eso. La madre piensa: este es mi ternero, y todo va bien”.

Criar rubias gallegas en suelo británico no es la única iniciativa con

Fue en San Sebastián donde Borjanović descubrió el sabor hedonista de la carne de la Rubia Gallega.

la que Borjanovic ha abierto nuevos caminos. Hace unos 10 años puso en marcha Txuleta, en honor a la palabra vasca para chuleta de ternera. Tras un tiempo importando cortes del País Vasco para servirlos en restaurantes británicos, se convirtió prácticamente él solo en el responsable de la popularización del consumo de vacas viejas en el Reino Unido. Este estilo de ganadería, común en toda Europa, consiste en dar unos años de descanso a las vacas lecheras para que engorden, un periodo de regeneración que evita el desenlace habitual en estos casos: convertir a las vacas en comida para mascotas o en carne para hamburguesas.

Comer vacas viejas implica que los animales tienen dos vidas útiles, una opción mucho más sostenible que

Abajo: Chuletones de Rubia Gallega en el restaurante londinense Ibai. Página siguiente: Nemanja Borjanović en su granja.





la ganadería de vacuno tradicional, como también lo es el plan a largo plazo de Borjanovic, que consiste en criar rubias gallegas en el Reino Unido en lugar de importarlas. Pese a todo, tampoco se puede afirmar que comer carne de vacuno sea beneficioso para el planeta: aunque produzcan leche y después carne, las vacas más longevas emiten metano a la atmósfera. Pero la solución, dice, tampoco son los productos cárnicos de imitación, “que intentan aparentar que son sostenibles, o que aspiran a salvar el planeta, lo cual es una absoluta gilipollez”, me dice. “La verdad es que en el Reino Unido, en comparación con el resto del mundo, ya somos bastante éticos y sostenibles”.

Borjanovic señala que la mayoría de las vacas que entran en el sistema alimentario del Reino Unido proceden de pequeños ganaderos, no de las gigantescas granjas de engorde que existen en Japón, Australia y Estados Unidos. “Los ganaderos del Reino Unido han sido demonizados y la mayoría tiene que sobrevivir gracias a las subvenciones del gobierno”, afirma. Su inversión en Gervaise, Winston y en la futura vacada de Rubia Gallega sólo es viable porque acabará alcanzando un precio elevado, tanto en el plato como en el mostrador del carnicero. Pagar más por la carne de vacuno —considerarla un capricho en lugar de un alimento básico diario— ayudaría más a los

“La edad media de los ganaderos en Reino Unido ronda los 60 años. ¿Quién nos va a dar de comer dentro de 10 o 20 años?”

—NEMANJA BORJANOVIC

pequeños ganaderos británicos que a los supermercados, que pagan tan poco por la carne que las granjas no se pueden permitir vendérsela.

“La edad media de los ganaderos en el Reino Unido ronda los 60 años”, afirma Borjanovic. “Los jóvenes no quieren dedicarse a esto. ¿Quién nos va a dar de comer dentro de 10 o 20 años si continúa la tendencia? Esta es una de las principales razones por las que queríamos hacerlo en el Reino Unido, porque nuestros clientes nos pedían de manera masiva un producto similar al gallego, pero británico”.

Nuestro safari avanza a través de un segundo pasto. Desde el asiento del conductor, Rob, el ganadero, señala las vacas que han sido inseminadas con la próxima camada de rubias gallegas. Antes de fin de año, nacerán cuatro terneras más y luego otras 26 después. Borjanovic espera poder servir su ternera gallega criada en el Reino Unido dentro de unos 10 años, aunque admite no estar del todo seguro debido a la inestabilidad que afecta tanto a los restaurantes londinenses como a la agricultura británica.

Una de las primeras rubias gallegas nacidas en Reino Unido.

Esa noche cojo un autobús que pasa por Smithfield Market y que me lleva hasta Ibai, el tercer restaurante vasco de Borjanovic con sede en Londres. En el menú hay un Black Angus español, un Wagyu criado en Norfolk y la joya de la corona de Borjanovic: la Rubia Gallega procedente de Pontevedra: chuletón, entrecot o solomillo. La carne es tan jugosa que reluce bajo la escasa iluminación. En lugar de la textura tierna y sedosa que suele caracterizar a la carne de vacuno de lujo, tiene un bocado más sustancioso y estimulante, incluso en la parte más blanda del chuletón. La carne es terrosa, pero la grasa es crujiente y cremosa, como una *crème brûlée*, por lo que atiborrarse sería algo temerario. Según Borjanovic, es un sabor largo, como el de un vino tinto envejecido en roble. No hay atajos para llegar a eso. Sólo se puede esperar. ❧

OLIVIA OVENDEN es editora asociada de **BRITISH GQ**.

Traducción y adaptación: **MARTA CARO**.



La IA llega a tu vida



MOTOROLA

Este *smartphone* cuenta con Moto AI, un *software* que permite la personalización del teléfono y crear contenido tanto en fotos como en texto. (499 €).

Edge 50 Neo



APPLE

El iPhone 16 es la primera generación de teléfonos de la manzana que cuenta con Apple Intelligence, un avance que hace que Siri sea más lista. (1.249 €).

iPhone 16 Pro



SAMSUNG

Este nuevo PC Copilot+ integra a la perfección funciones avanzadas de Inteligencia Artificial (IA), que elevan la productividad y la creatividad. (1.699 €).

Galaxy Book4 Edge



LG

La IA aplicada a la televisión reconoce el contenido en directo para optimizar la imagen, el sonido y el funcionamiento. (C. V. P.).

Qned Miniled



BOWERS & WILKINS

La IA de estos auriculares permite que un algoritmo analice el sonido ambiente y las canciones para ofrecer la mejor reproducción posible. (399 €).

Pi8

La IA no solo te puede ayudar a redactar e-mails o a inventarte locuras imposibles, también hace que todos estos gadgets sean más listos.

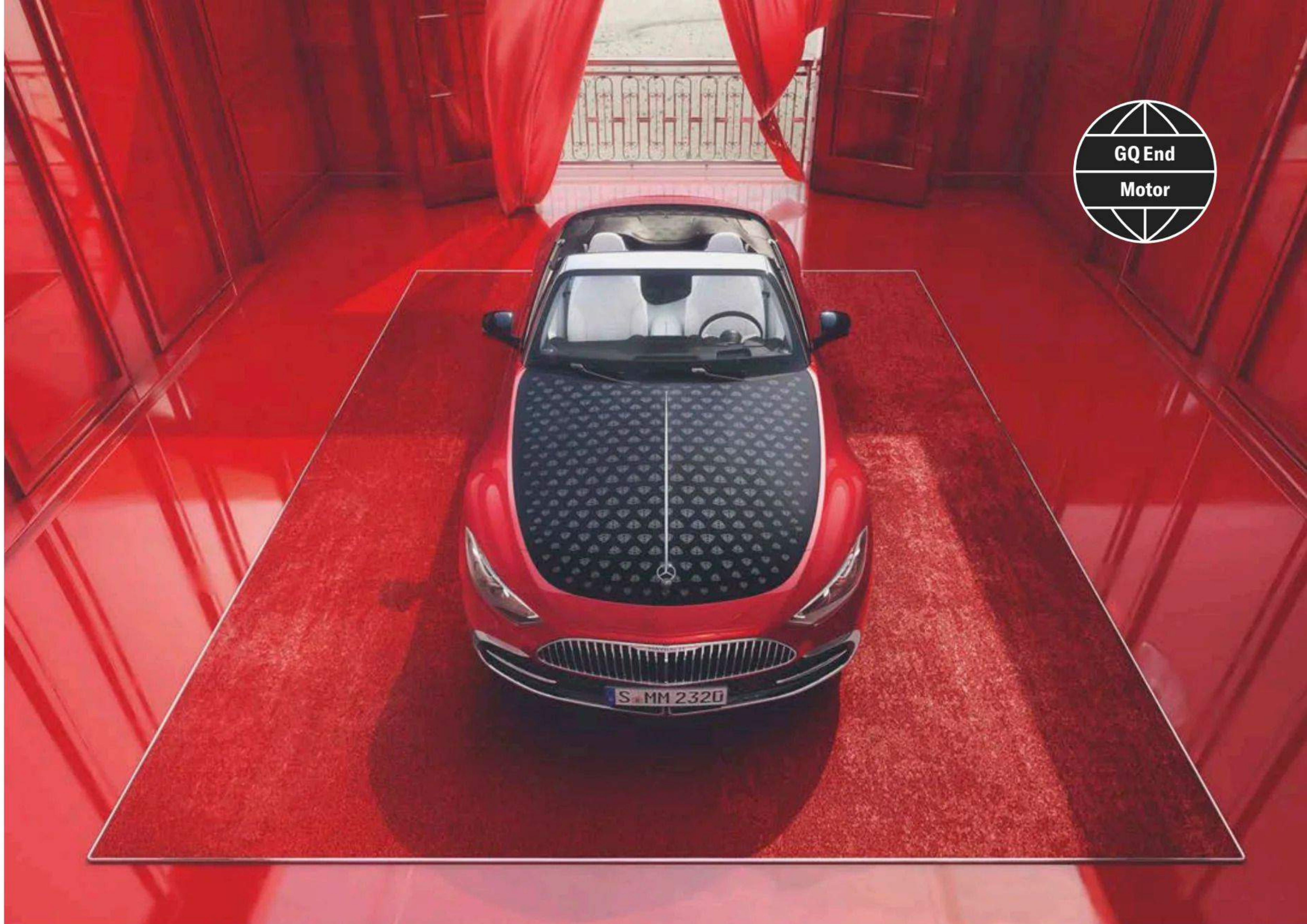
Por NÉSTOR PARRONDO



GOOGLE

El nuevo *smartphone* de la compañía del buscador cuenta con una *app* dedicada a Gemini, su IA, y también edición de fotos avanzada. (1.099 €).

Pixel 9 Pro



Lujo y exclusividad a cielo abierto

Mercedes-Maybach presenta el SL 680, el primer cabrio deportivo de la marca que llega en dos lujosas versiones.

Por HÉCTOR IZQUIERDO

AUNQUE ALGO nos dice que muy pocos de los compradores de este biplaza, que esconde bajo el capó un motor V8 biturbo de 585 CV, van a exprimir sus increíbles capacidades dinámicas. Antes bien, creemos, los afortunados que se hagan con uno de estos Mercedes-Maybach disfrutarán más de su tradicional y silencioso confort de marcha, del acogedor interior de cuero napa en color blanco cristal o de conducir un coche que irá dislocando cuellos allá por dondequiera que pase.

Para su lanzamiento al mercado, además, el vehículo contará con dos versiones exclusivas: el Mercedes Maybach SL 680 Monogram Series Red Ambience, que luce una pintura bicolor que combina el negro obsidiana metalizado con un color rojo especial llamado por el fabricante Garnet Red Metallic; y el Mercedes Maybach SL 680 Monogram Series White Ambience, en el que el negro obsidiana metalizado contrasta con un bello color blanco denominado Opalite White Magno. ❧

H. I. es redactor jefe de GQ.



El interior está forrado de un cuero napa blanco curtido de forma sostenible, tanto en los asientos como en las puertas y la consola central.





I love techno

La revolución cuántica

SIN DUDA, el mayor privilegio de trabajar en GQ es el de poder entrevistar a gente interesante. Andy Kerr, ingeniero de Bowers & Wilkins, me dio hace poco una reflexión que vive *rent free* en mi cabeza: “Si volvieras al Renacimiento y tuvieras un telescopio y estuvieras mirando el cielo nocturno, serías como Galileo. Lo que podrías ver estaría limitado por la calidad de esa herramienta. Hoy pasa lo mismo. Sabemos lo que podemos ver o experimentar, nuestro conocimiento está limitado por nuestras herramientas. En un futuro, cuando nuestras máquinas mejoren, descubriremos cosas que jamás imaginábamos”.

No esperes que esas herramientas que van a hacer dar un salto a nuestro conocimiento sean tu *smartphone*, tu *tablet*, tu *smartwatch* o tu coche eléctrico. El verdadero monolito de 2001, una odisea en

el espacio, lo que nos va a hacer cambiar de etapa, es la computación cuántica. Me lo confirma otra persona interesante que he entrevistado, el nutricionista Javier Guerrero: “La computación cuántica y el procesamiento de datos tan fuerte que vamos a tener va a abrir la puerta a cosas que ahora mismo ni nos imaginamos. Va a ser como la película del chip prodigioso. Los nutricionistas vamos a saber no solo qué tipo de alimento te sienta de una manera, sino también qué cocción te va mejor, viendo cómo responde tu cuerpo. También se podrán tener en cuenta factores como tu descanso esos días, lo que te has ejercitado, etc. La personalización será absoluta”.

La nutrición ultrapersonalizada es solo una de las muchas revoluciones que va a traer la computación cuántica. Este avance puede simular sistemas cuánticos, lo que

puede ser útil para comprender el comportamiento de moléculas y materiales, beneficiando a verticales como la ciencia de materiales y el descubrimiento de fármacos. En esencia, los ordenadores cuánticos manipulan partículas subatómicas, lo que los hace ideales para la investigación y el desarrollo a escala atómica y molecular.

Puede ayudarnos a resolver problemas de física en los que las máquinas cuánticas y la interrelación de materiales o propiedades son importantes. A nivel atómico, la computación cuántica simula la naturaleza y, por lo tanto, podría ayudarnos a encontrar nuevos materiales o identificar nuevos compuestos químicos para el descubrimiento de fármacos.

Empresas como Google, IBM, Microsoft e Intel tienen sus propias divisiones de investigación en computación cuántica, mientras que Airbus o Volkswagen buscan activamente soluciones a algunos de sus problemas, como las mezclas de sus materiales compuestos. También se espera que la computación cuántica mejore la modelización financiera, haciendo mejores predicciones de mercado y haciendo una gestión de riesgos más eficiente.

Por último, la computación cuántica puede aplicarse con éxito en campos como la logística y la fabricación, ya que se interpreta que puede realizar tareas complejas de optimización mucho más rápido que los ordenadores clásicos.

¿Tendremos un ordenador cuántico en nuestra casa? Parece algo imposible. Estas máquinas solo funcionan en condiciones muy concretas —por ejemplo, a temperaturas que rozan el cero absoluto—, por lo que de momento van a estar en manos de mega empresas e instituciones académicas. Sí, lo mismo pasó con los ordenadores tradicionales y ahora tenemos uno en el bolsillo... Pero parece difícil que esta tecnología, que de verdad va a cambiar nuestras vidas, se vaya a democratizar. Aunque lo mismo debió pensar Galileo de su telescopio. ❧

NÉSTOR PARRONDO es experto en tecnología y redactor de GQ España.

EDICIONES CONDÉ NAST, S. L.

Paseo de la Castellana, 9-11. 28046 MADRID
Tel.: 917 00 41 70 - Fax: 913 19 93 25
Paseo de Gracia, 8-10 - 1º B. 08007 BARCELONA
Tel.: 934 12 13 66 - Fax: 934 12 66 98

© Ediciones Condé Nast, S. L.
Depósito Legal M-25924-2012

PUBLISHED BY CONDÉ NAST

Chief Executive Officer Roger Lynch
Chairman of the Board Jonathan Newhouse
Chief Revenue Officer Elizabeth Herbst-Brady
Chief Content Officer Anna Wintour
Chief Financial Officer Nick Hotchkin
Chief People Officer Stan Duncan
Chief Communications Officer Danielle Carrig
Chief of Staff Samantha Morgan
Chief Product & Technology Officer Sanjay Bhakta
Chief Content Operations Officer Christiane Mack

WORLDWIDE EDITIONS

France: AD, GQ, Vanity Fair, Vogue
Germany: AD, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, Vogue
India: AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue
Italy: AD, Condé Nast Traveller, GQ, La Cucina Italiana, Vanity Fair, Vogue, Wired
Japan: GQ, Vogue, Wired
Mexico and Latin America: AD, Glamour, GQ, Vogue, Wired
Middle East: AD, Condé Nast Traveller
Spain: AD, Condé Nast Traveler, Glamour, GQ, Vanity Fair, Vogue
Taiwan: GQ, Vogue
United Kingdom: Condé Nast Johansens, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, House & Garden, Tatler, The World of Interiors, Vanity Fair, Vogue, Vogue Business, Wired
United States: AD, Allure, Ars Technica, Bon Appétit, Condé Nast Traveler, epicurious, Glamour, GQ, LOVE, Pitchfork, Self, Teen Vogue, Them, The New Yorker, Vanity Fair, Vogue, Wired

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

Brazil: Glamour, GQ, Vogue

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

Adria: Vogue
Australia: GQ, Vogue
Bulgaria: Glamour
China: AD, Condé Nast Traveler, GQ, Vogue
Czech Republic and Slovakia: Vogue, Wired
Greece: Vogue
Hong Kong: Vogue, Vogue Man
Hungary: Glamour
Korea: Allure, GQ, Vogue, Wired
Middle East: GQ, Vogue, Wired
Philippines: Vogue
Poland: AD, Glamour, Vogue
Portugal: GQ, Vogue
Romania: Glamour
Scandinavia: Vogue
Singapore: Vogue
South Africa: Glamour, GQ, House & Garden
Thailand: GQ, Vogue
The Netherlands: Vogue
Turkey: GQ, Vogue
Ukraine: Vogue

OFICINAS:

FRANCIA: 3, Avenue Hoche. 75008 Paris
USA: 1 World Trade Center, New York, NY 10007
GRAN BRETAÑA: Vogue House Hanover Square, London W1R OAD
ITALIA: Piazza Cadorna 5, 20121 Milán
ALEMANIA: Ainmillerstrasse 8, 80801 Munich 40
ESPAÑA: Paseo de la Castellana, 9-11. 28046 Madrid
AUSTRALIA: 170 Pacific Highway, Greenwich, NSW 2065

IMPRESIÓN: ROTOCOBRHI. Ronda de Valdecarrizo, 13. 28760 Tres Cantos (Madrid). Teléfono: 918 031 676.
SUSCRIPCIONES (Contacto para consultas): tienda.condenast.es
E-mail: suscripciones@condenast.es. Teléfono: 902 53 55 57
Sobreprecio de Canarias: 0,20 €.

PRINTED IN SPAIN



OLVÍDATE DE LA PLANCHA

Hay personas a las que les gusta, e incluso a las que les relaja, pero creo que la mayoría podríamos convenir en que planchar es una de esas tareas odiosas del hogar que nunca tiene uno ganas de hacer. ¿No era de este tipo de labores pesadas de las que se suponía que se iban a encargar las máquinas para hacernos la vida más fácil, en lugar de ponerse a crear fotografías o a escribir canciones de los Ramones? Pues así debería ser, y así es Care For You First de Rowenta, un robot que, por medio del vapor, además de eliminar las arrugas de hasta tres prendas a la vez en solo 10 minutos, las higieniza y refresca, haciendo desaparecer los malos olores, y hasta las desinfecta —eliminando el 99,99 % de virus, bacterias y gérmenes en un ciclo de 40 minutos—. Simplemente hay que colgar la ropa en el interior del pequeño *armario* y colocarle unas pesas en la parte inferior para estirarla, y luego dejar que Care For You First haga el trabajo sucio —o limpio, en este caso—. Mientras tú te dedicas a lo que más te apetezca. Precio: 500 €.



PASOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Los recursos de la Tierra son finitos y cada año agotamos antes el capital natural disponible en el planeta para los 365 días del año. Al mismo tiempo, llenamos de plástico el mar como si no hubiera un mañana. Si queremos garantizar la sostenibilidad de nuestro modo de vida, vamos a tener que dar muchos pasos adelante. Y nadie dice que no los podamos dar con mucho estilo. Fíjate, por ejemplo, en estas Sunset de Tropicfeel, un icono de la firma barcelonesa que ahora reedita en una serie limitada a 1851 unidades en homenaje a la fecha de fundación de la America's Cup (es el segundo *drop* con licencia de la competición que lanza Tropicfeel). La Sunset Ocean utiliza tejidos compuestos por redes de pesca recicladas, que constituyen el 20,82 % del producto. Además, sus lengüetas provienen de velas usadas, y el 50 % de los cordones están fabricados a partir de botellas de plástico recogidas en el mar. Precio: 119 €.

FOTOGRAFÍAS: CORTESÍA DE LAS MARCAS.



Dj Edison

POR NOEL CEBALLOS



THOMAS ALVA EDISON, inventor del fonógrafo, está convencido de que algo suena mal en una de sus últimas grabaciones orquestales, pero ninguno de sus —en su opinión, muy bien pagados— técnicos de sonido es capaz de decirle el qué. De modo que el genio baja hasta el sótano del laboratorio, ordena colocar el disco en la caja musical que patentó allá por 1878 y se arrodilla ante su propio ingenio tecnológico, cual doctor Frankenstein a los pies de su criatura. Acto seguido, Edison clava los dientes en la madera del fonógrafo. Los técnicos esperan pacientemente a que su jefe se

incorpore para informarles de que una de las flautas está desafinada.

Según numerosos testimonios, incluido el del coleccionista musical Robert Friedman, esta escena era muy común durante la década de 1910, cuando Edison descubrió que podía compensar su sordera con un método que, según él, le permitía sentir las vibraciones de cada nota musical directamente dentro del cráneo. En 2022, Friedman compró un piano Steinway que pudo pertenecer al inventor. O, al menos, eso indican las marcas de mordiscos. ❧



VOGUE
COLLECTION

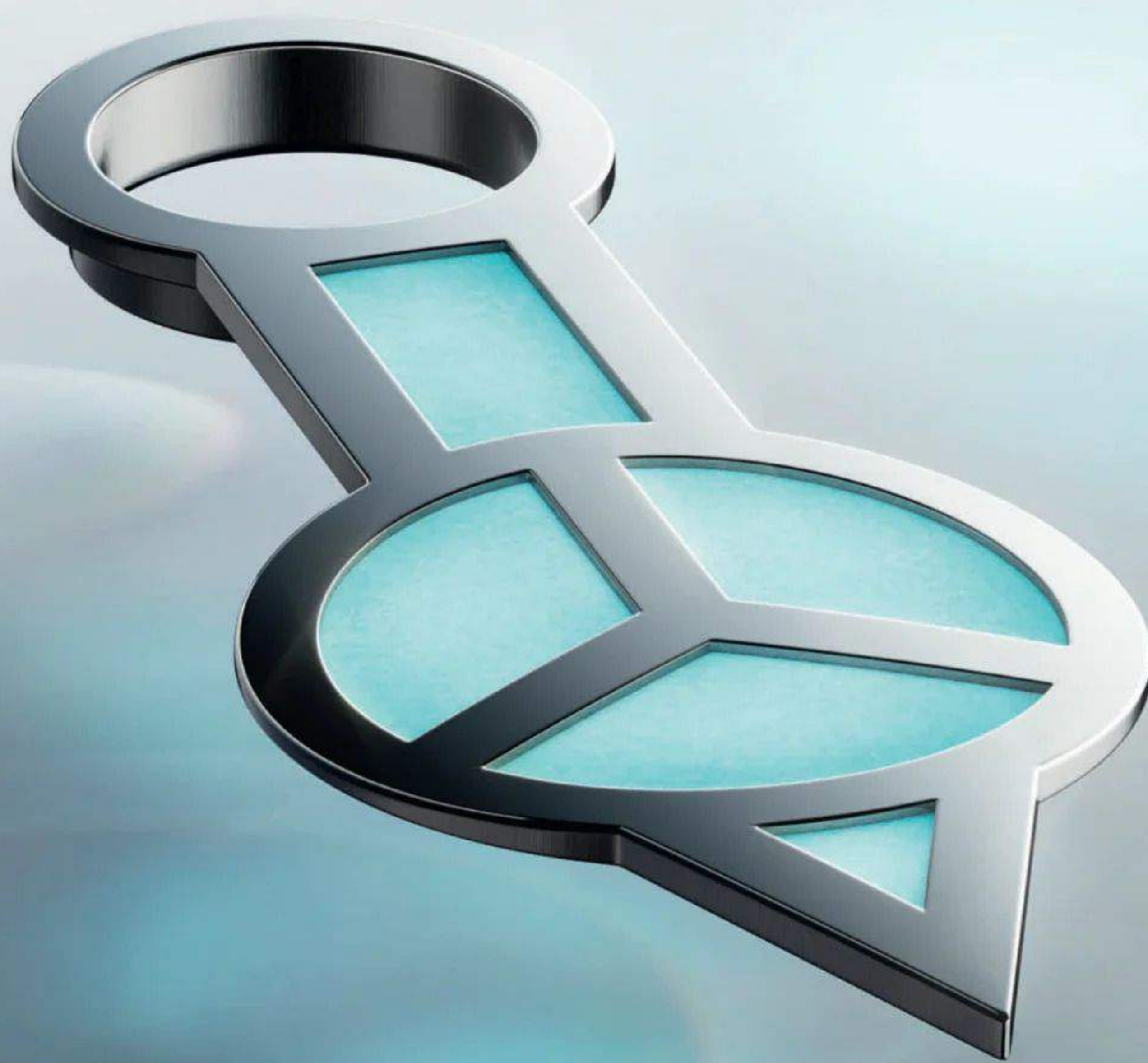
Back To School

Hazte con tus imprescindibles
para despedirte del verano

COMPRA AQUÍ



SHOP.VOGUE.ES



CUANDO CAE LA NOCHE

Esta es nuestra visualización Chromalight. Presentada en 2008, ofrece una legibilidad óptima y duradera hasta en los entornos más oscuros gracias a una sustancia luminiscente desarrollada por Rolex y patentada. Aunque es blanca a la luz del día, brilla con un tono azul en la oscuridad y permite consultar la hora en todas las condiciones lumínicas. Compuesta de aluminio, estroncio, disprosio y europio, almacena

energía procedente de la luz ambiental y la libera de forma gradual cuando disminuye la claridad. Comienza su vida en forma de polvo, después se calienta a altas temperaturas, se mezcla con una resina y se aplica manualmente a las agujas y los índices. Su característico brillo azul es el más fiable aliado para repeler el avance de las sombras. Un precioso resplandor hasta en las noches más oscuras.

#Perpetual

TOUS

PASEO DE GRACIA 75
AV. DE PAU CASALS 18
BARCELONA

ROLEX BOUTIQUE



ROLEX